

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner saat ini berkembang sangat pesat bukan hanya di perkotaan namun juga di pedesaan. Bisnis kuliner yang saat ini berkembang adalah restoran dan warung makan. Warung makan merupakan bisnis kuliner yang berkembang cukup pesat jika berada di lokasi yang strategis dan menjadi pusat tujuan konsumen, pada lokasi ini produsen dapat mudah menentukan sasaran bagi produknya. Hal tersebut memberikan dampak berupa persaingan perusahaan sehingga produsen kuliner diharapkan mampu meningkatkan kualitas serta menginovasi produknya secara berkala untuk mempertahankan selera konsumen. Berdasarkan konsep pemasaran dimana tidak hanya memperhatikan volume penjualan saja, namun lebih mengutamakan pada kepuasan konsumen. Sehingga perusahaan memerlukan sebuah strategi untuk dapat mencapai target dan tujuan perusahaan. Bauran pemasaran merupakan strategi pemasaran untuk menginformasikan secara luas dan memperkenalkan suatu produk barang dan jasa untuk menanamkan citra produk didalam benak konsumen. Sehingga bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang potensial didalam memasarkan produk. Startegi bauran pemasaran yaitu : produk, harga, promosi dan lokasi sangat berperan penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin kuat dan peningkatan akan permintaan barang.

Waroeng Spesial Sambal (SS) di Kabupaten Jember adalah warung makan yang berada di Jl. Danau Toba, Lingkungan Panji, Tegal Gede Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember. Memiliki suasana warung makan yang unik sehingga memiliki daya saing didunia bisnis. Selain warung makan yang unik faktor lain mempengaruhi kepuasan konsumen ialah dengan menciptakan diversifikasi produk. Diversifikasi produk berperan dalam pembentukan improvisasi dan inovasi bisnis warung makan. Keberagaman produk akan

menimbulkan kesan yang tidak sama dengan produk lamanya dan produk dari pesaing. Dengan adanya variasi olahan produk yang diimbangi dengan harga yang bersaing dan cukup terjangkau bagi semua kalangan. Berdasarkan hobi dan kegemaran makan sambal pemilik Waroeng Spesial Sambal (SS) merilis produk andalan yakni Spesial Sambal. Produk ini dapat diterima di kalangan pecinta pedas, karena selain sambal, Waroeng Spesial Sambal (SS) ini menyediakan cita rasa sambal yang pedas. Warung SS memiliki banyak varian sambal yakni ada 33 sambal khas warung SS tersedia dan 29 lauk yang sebagian bisa digoreng atau dibakar yang menjadi nilai tambah yang jarang ditemui di warung – warung lainnya. Terdapat pula 15 ragam menu sayuran dan 26 pilihan minuman yang menyegarkan. Dengan menawarkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen. Serta lokasi yang cukup strategis menjadikan Waroeng Spesial Sambal (SS) ini mudah dikunjungi konsumen. Selain itu Waroeng SS ini juga memanfaatkan media sosial sehingga Waroeng Spesial Sambal (SS) di Kabupaten Jember dapat mempromosikan dan memperkenalkan produk unggulan dan juga produk-produk lain yang dimilikinya di media sosial. Berdasarkan informasi yang didapat dari media sosial konsumen dapat mengenali produk tersebut dengan mudah.

Berdasarkan uraian tersebut, Waroeng Spesial Sambal (SS) di Kabupaten Jember sebagai objek penelitian karena Waroeng Spesial Sambal (SS) di Kabupaten Jember ini memiliki strategi atau bauran pemasaran yang cukup baik. Dimana produknya memiliki daya saing yang cukup tinggi sehingga mampu bersaing di dunia bisnis, namun dengan menawarkan harga yang terjangkau sehingga sesuai dengan daya beli masyarakat Jember yang notabene nya sebagian besar merupakan masyarakat menengah kebawah, selain itu media yang digunakan dalam pengiklannya merupakan media yang banyak digunakan dalam masyarakat, dengan demikian masyarakat dapat dengan mudah mengenali produk yang ditawarkan oleh Waroeng Spesial Sambal (SS). Dan juga lokasi yang digunakan cukup strategis, dimana letaknya tidak jauh dari kampus dan sekolah sehingga konsumen yang notabene nya adalah mahasiswa maupun siswa, khususnya para pecinta pedas dapat menikmati kudapan yang ditawarkan oleh

Waroeng Spesial Sambal (SS). Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, penelitian tertarik untuk melakukan penelitian di Waroeng Spesial Sambal (SS) di Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian Waroeng Spesial Sambal (SS) di Kabupaten Jember?
- b. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Waroeng Spesial Sambal (SS) di Kabupaten Jember?
- c. Variabel manakah yang dominan terhadap keputusan pembelian Waroeng Spesial Sambal (SS) di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara serempak variabel bauran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan pembelian Waroeng spesial sambal (SS) di Kabupaten Jember.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara parsial variabel bauran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan pembelian Waroeng spesial sambal (SS) di Kabupaten Jember.
- c. Untuk menguji dan menganalisis salah satu variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Waroeng spesial sambal (SS) di Kabupaten Jember.

1.4. Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah

a. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan terkait dengan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam perbaikan proses agar dapat mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Waroeng spesial sambal (SS) di Kabupaten Jember. Serta dapat membantu perusahaan dengan memberikan saran-saran dalam penyelesaian masalah

b. Bagi peneliti

Bagi peneliti dapat menambah wawasan peneliti mengenai pengaruh bauran pemasaran, serta untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember.

c. Bagi peneliti lain

Bagi peneliti lain sebagai sumbangan wawasan mengenai bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian.