

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

Perkembangan dunia usaha tidak lepas dari persaingan dengan usaha lain yang memiliki jenis usaha yang sama. Persaingan menuntut pengusaha untuk dapat menjadikan usahanya lebih kreatif dan banyak berinovasi demi meningkatkan target pasar yang akan dicapai.

Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha harus dapat menentukan strategi apa yang harus dipakai agar dapat menciptakan kepuasan dari pelanggan. Karena kepuasan pelanggan akan dapat terbentuk jika pemasar dapat memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Tjiptono,2002).

Banyaknya usaha produksi roti di Indonesia membuat persaingan dalam usaha tersebut semakin tinggi, yang konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih produk roti yang memberikan kualitas yang baik dan membuat puas para konsumen.

Dari sudut pandang konsumen, harga merupakan suatu nominal yang digunakan, ditukar atau menggunakan nominal tersebut untuk mendapat produk yang merekainginkan. Tingkat harga yang ditetapkan perusahaan akan mempengaruhi kuantitas produk yang dijualnya. Dengan harga yang murah, konsumen akan tetap setia dengan produk yang ada meskipun sudah banyak produk produk yang lain dengan harga yang relative lebih mahal.

Sebelum melaksanakan pembelian, konsumen akan menganalisa produk yang akan dibeli oleh para kosumen benar-benar baik atau tidak , karena faktor tersebut dapat memunculkan persepsi yang berbeda bagi konsumen.Karena kepuasan pelanggan akan dapat terbentuk jika harga, produk yang meraka dapatkan membuat para konsumen tidak merasa dirugikan. Harga, produk, saluran

distribusi, dan promosi memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Tjiptono, 2002).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti ingin meneliti lebih jauh tentang analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pembelian produk roti di UD. Roti Warna di Kecamatan Wirolegi Kabupaten Jember, karena di Jember sendiri sudah begitu banyak pengusaha roti, itu membuat para konsumen bebas memilih produk roti mana yang membuat konsumen puas akan pembelian produk roti yang ada. UD. Roti Warna sendiri tidak hanya memproduksi roti kering saja yang diproduksi oleh UD. Roti Warna, tetapi UD tersebut juga memproduksi roti kering, roti sisir, dll, namun karena banyaknya pilihan produk roti yang membuat para konsumen puas akan pembelian yang mereka lakukan. Maka dari itu UD. Roti Warna harus memperbaiki cara pemasaran dan melakukan evaluasi terkait dengan Bauran Pemasaran tersebut, mengingat para konsumen semakin pintar dalam memilih atau mengonsumsi produk-produk yang ada. Dari masalah tersebut maka perlu dilakukan studi penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang meliputi produk, harga, saluran distribusi, dan promosi agar mampu bersaing dengan kompetitor sejenis.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah faktor harga, produk, saluran distribusi, dan promosi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian produk roti pada UD. Roti Warna, Wirolegi - Jember?
2. Apakah faktor harga, produk, saluran distribusi, dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian produk roti pada UD. Roti Warna, Wirolegi - Jember?

3. Berdasarkan keempat faktor tersebut manakah yang dominan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada pembelian produk roti pada UD.Roti Warna, Wirolegi - Jember?
- 4.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah faktor harga, produk, saluran distribusi, dan promosi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian produk roti pada UD.Roti Warna, Wirolegi - Jember.
2. Mengetahui apakah faktor harga, produk, saluran distribusi, dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian produk roti pada UD.Roti Warna, Wirolegi - Jember.
3. Mengetahui dari keempat faktor tersebut manakah yang paling dominan yang dapat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen pada pembelian produk roti pada UD.Roti Warna, Wirolegi – Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan hasil penelitian ini dapat sebagai sarana pembelajaran untuk mengetahui strategi pemasaran dan dapat digunakan sebagai sarana informasi tentang faktor dominan yang menjadi penentuan keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang diproduksi atau yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bidang pemasaran.