

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan berdasarkan data Susenas 2014 dan 2015, jumlah penduduk Indonesia mencapai 254,9 juta jiwa, hal ini menjadi target pasar yang sangat menjanjikan oleh produsen, oleh karena itu diIndonesia produsen saling berlomba-lomba menjaga persaingan dan menyampaikan brand image yang baik pada produk dan pemasarannya bahkan saat ini hampir seluruh produk makanan dipasar Indonesia saling menawarkan keunggulan untuk menarik dan meyakinkan konsumen akan produknya.

Pemasaran merupakan proses penjualan produk dengan sistematis dan tereencana dengan baik untuk mendapatkan target akan pertukaran nilai produk. Menurut Kotler dan Keller (2009:5) “Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain”.

Keputusan pembelian yang merupakan tahap dimana seorang konsumen memutuskan akan pembelian produk yang sesuai dengan yang diinginkannya adalah tahapan yang akan mempengaruhi keberlangsungan penjualan produk yang dibelinya. Hal ini menjadi sangat penting untuk diamati karena merupakan fenomena yang pasti terjadi disetiap harinya.

Menurut Abdullah dan Tantri (2012:123).”Para pemasar harus mendalami berbagai pengaruh terhadap pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya konsumen membuat keputusan pembelian mereka dan pemasar harus mengidentifikasi siapa yang akan membuat keputusan pembelian, jenis keputusan pembelian, dan langkah-langkah dalam proses pembelian

Menurut Cleland dan Bruno dalam Bilson (2003:51) bahwa yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian ulang hanya dua bagian yaitu: faktor harga dan bukan harga. Faktor bukan harga terdiri dari faktor produk dan faktor non produk.

Menurut Salim (2009:9) "*Place* Meliputi aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan konsumen sasaran. *Place* lebih diartikan sebagai saluran distribusi".

Promosi merupakan suatu tahap pengenalan produk yang mengutamakan akan kelebihan produk dan kesesuaian produk dengan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:112) "Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar perannya. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan".

Wall's adalah merek makanan asal Inggris yang mencakup produksi daging dan es krim yang dimiliki oleh Unilever. Perusahaan ini didirikan di London pada tahun 1786 oleh Terence Banyard, diakuisisi pada tahun 1922 oleh Lever Brothers, yang menjadi bagian dari Unilever pada tahun 1930. Pada suatu musim panas, demi menghindari PHK akibat pelemahan pangsa pasar daging sebagai produk intinya, Wall's memproduksi berbagai es krim pada tahun 1922. Es krim maknum sendiri merupakan macam atau varian produk dari es krim walls yang baru dipasarkan sekitar 5 tahun terakhir.

Wilayah kelurahan Sumber sari mempunyai merupakan salah satu kelurahan pada Wilayah Kecamatan Sumber sari yang ada di wilayah kota selain Kecamatan patrang dan kaliwates. Jarak wilayah kelurahan Sumber Sari yang dekat dari pusat kota membuat daerah ini sangat berkembang. Daerah kelurahan Sumber Sari berada pada daerah kampus Jember dimana daerah ini merupakan daerah yang padat akan aktivitas jual beli dikarenakan banyaknya warga dan pelajar yang beraktivitas diwilayah kampus. Menurut situs resminya kecamatan sumber mengemukakan akan

jumlah penduduk diwilayahnya, dan kelurahan Sumber Sari merupakan kelurahan dengan tingkat kepadatan penduduk tertinggi dengan total jumlah penduduk 25,099 .

Kesenangan masyarakat akan *Ice Cream* di Indonesia mencakup segala usia dan kalangan masyarakat mulai dari anak-anak, remaja, dewasa bahkan manula, baik kalangan kaya maupun miskin. keberagaman *Ice Cream walls* dari segi harga, merek membuat kemungkinan terjadinya pengaruh pada keputusan pembelian. Produk *Ice Cream Maknum* memiliki peminat yang banyak di Indonesia, khususnya di kelurahan sumber sari jember yang merupakan kelurahan dengan jumlah penduduk tertinggi dikecamatan sumber sari Jember, membuat peminat ice cream walls kamasan menjadi tinggi pula namun adanya isu atau kabar mengenai kelayakan produk es krim walls magnum akan Produk yang didalamnya membahas akan merek, kemasan dan pelabelan *Ice Cream Walls Magnum* dipertanyakan oleh masyarakat, berbagai tanggapan negative dan positif juga bermunculan, disamping itu juga harga *Ice Cream Walls Magnum* yang cukup tinggi dapat mempengaruhi daya pembelian masyarakat khususnya kalangan menengah kebawah, namun dari segala permasalahan yang ada *Ice Cream Walls Magnum* termasuk produk yang berkembang dengan pendistribuasian dan tempat penjualan yang banyak dan terbukti keberanian perusahaan yang gencar mempromosikan berbagai keunggulan dan keuntungan membeli produk ini mulai dari rasa, tekstur sampai kesempatan konsumen memenangkan hadiah. Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti mengangkat judul penelitian pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap keputusan pembelian *Ice cream Walls Magnum* di kelurahan Sumber Sari Jember.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Variabel Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Wall's* Magnum Di kelurahan Sumber Sari Jember ?
2. Apakah Variabel Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Wall's* Magnum Di kelurahan Sumber Sari Jember ?
3. Apakah Variabel Tempat Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Wall's* Magnum Di kelurahan Sumber Sari Jember ?
4. Apakah Variabel Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Wall's* Magnum Di kelurahan Sumber Sari Jember ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan Rumusan masalah di atas ,maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk Mengetahui Variabel Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Wall's* Magnum Di kelurahan Sumber Sari Jember.
2. Untuk Mengetahui Variabel Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Wall's* Magnum Di kelurahan Sumber Sari Jember.
3. Untuk Mengetahui Variabel Tempat Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Wall's* Magnum Di kelurahan Sumber Sari Jember.
4. Untuk Mengetahui Variabel Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Wall's* Magnum Di kelurahan Sumber Sari Jember.

1.4 Manfaat

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi manfaat :

1. Hasil dari penelitian ini dapat memberi kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Pendidikan Ekonomi terutama pada bidang perilaku konsumen pada minat pembelian.
2. Memberikan bukti kebenaran teori pendapat para ahli tentang perilaku konsumen tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian, yang pada penelitian ini dikaitkan dengan Produk, Harga, Distribusi dan Promosi.