

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bakpia merupakan makanan ringan yang terbuat dari campuran tepung, telur dan gula yang dibungkus dengan tepung lalu di oven hingga kering. Bakpia memiliki tekstur yang padat dan kering dan memiliki bentuk bulat. Ada berbagai macam merek bakpia yang beredar di pasaran dengan berbagai rasa yang berbeda-beda. Salah satu outlet yang sudah terkenal di Kabupaten Jember ialah Pia Warung Glenmore. Yang menyediakan berbagai macam makanan ringan antara lain produk bakpia. Keunggulan yang dapat terlihat pada Pia Warung Glenmore ini mulai dari pelayanan yang bagus dan kebersihan. Sehingga sebagian besar konsumen merasa nyaman dan memutuskan untuk membeli produk bakpia tersebut.

Semakin beragamnya produk bakpia yang ditawarkan oleh berbagai toko lain yang sejenis memiliki produk bakpia menyebabkan persaingan dalam industri makanan semakin ketat, sehingga banyak perusahaan-perusahaan saat ini yang berlomba-lomba untuk melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini memicu perusahaan untuk meluncurkan produk-produk yang baru agar mampu bersaing dalam persaingan bisnis.

Perilaku pembelian seseorang sangat bervariasi, tidak bisa disebabkan hanya karena satu faktor, melainkan banyak faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Perusahaan harus pandai memahami perilaku konsumen untuk dapat membuat konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan dan tetap mempertahankan produknya. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian produk dapat bersaing di pasaran, dan konsumen memiliki banyak *alternative* pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Salah satu keunggulan yang terdapat pada Pia Warung Glenmore dengan pelayanan yang bagus dan tempat yang rapi dan bersih. Meskipun Pia Warung Glenmore sudah memiliki keunggulan tidak membuat para konsumen tertarik

untuk membeli. Permasalahan yang terdapat pada Pia Warung Glenmore ini yaitu tidak dapat menguasai pasar. Karena dalam pengambilan keputusan para konsumen pada saat ini tidak hanya berpedoman harga yang murah, melainkan produk yang berkualitas, promosi yang dapat menarik hati konsumen, dan saluran distribusi yang lancar. Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlu dilakukan studi penelitian tentang *marketing mix* atau 4P yang meliputi produk, harga, promosi, dan saluran distribusi pada produk bakpia di Pia Warung Glenmore, agar dapat memberi masukan terhadap Pia Warung Glenmore tersebut terkait untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembelian konsumen dan menciptakan strategi yang tepat untuk berkembang dan siap bersaing dengan perusahaan yang lain.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya (Kotler dan Armstrong, *dalam* Herlambang 2014:35).

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan dari sebuah produk atau jasa (Kotler, *dalam* Herlambang 2014:47).

Promosi merupakan semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan (L. Bell, dkk *dalam* Herlambang 2014:56).

Saluran distribusi merupakan suatu perangkat organisasi yang tergantung dalam proses yang membuat barang atau jasa untuk digunakan oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler, *dalam* Herlambang 2014:49).

Adapun keputusan pembelian merupakan membeli secara keseluruhan untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembeliannya (Danang Sunyoto 2012:284).

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Pada Pia Warung Glenmore di Kabupaten Jember”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang diangkat adalah:

1. Apakah variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakpia pada Pia Warung Glenmore di Kabupaten Jember?
2. Apakah variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakpia pada Pia Warung Glenmore di Kabupaten Jember?
3. Variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Bakpia pada Pia Warung Glenmore di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh dari variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi secara serempak terhadap keputusan pembelian Bakpia pada Pia Warung Glenmore di Kabupaten Jember.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh dari variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi secara parsial terhadap keputusan pembelian Bakpia pada Pia Warung Glenmore di Kabupaten Jember.

3. Menguji dan menganalisis pengaruh dari variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi mana yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bakpia pada Pia Warung Glenmore di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan yang telah dikemukakan di atas, maka di harapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan, diantaranya yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi masukan bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel mana yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga perusahaan dapat dengan mudah melakukan pengembangan produk.

2. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi juga dapat menambah wawasan serta menerapkannya dalam pengetahuan yang diperoleh.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai dasar referensi untuk penyusunan penelitian yang selanjutnya pada waktu yang akan datang.