

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di era globalisasi saat ini terjadi perkembangan yang sangat pesat, oleh karena itu perusahaan diuntut untuk cepat beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi dalam perusahaan selalu mencoba memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen, sebab perkembangan teknologi tersebut membawa dampak bagi konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku mereka. Setiap perusahaan dituntut tidak sekedar menerapkan berbagai strategi saja tetapi perusahaan juga harus melakukan evaluasi terus menerus. Hal inilah yang membuat setiap perusahaan harus memperbaiki kegiatan pemasarannya agar mampu mencapai tujuan yang ditetapkan serta berusaha memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi perusahaan pesaing. Setiap perusahaan memerlukan kegiatan pemasaran yang tepat dan terarah sasarannya didalam memasarkan produk atau jasa yang dihasilkan dan menunjukkan ciri khasnya agar konsumen mengenal produk-produk yang dipasarkan oleh perusahaan tersebut. Pada umumnya perusahaan mengalami kesulitan dalam memahami dan menilai perilaku konsumen secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk masing-masing individu. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk dapat memantau perubahan-perubahan perilaku konsumennya, termasuk perilaku konsumen untuk mendapatkan atau memilih produk dan perusahaan akan terus bertahan dalam persaingan, bahkan dapat mengungguli perusahaan lain.

Perilaku konsumen merupakan suatu proses dan aktivitas seseorang dalam mencari, membeli, memilih, menggunakan serta mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perilaku konsumen merupakan hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Yang termasuk ke dalam perilaku konsumen selain mengenai kualitas produk, juga meliputi harga produk atau jasa tersebut. Jika harga suatu produk tidak terlalu tinggi, maka konsumen tidak akan terlalu lama membutuhkan waktu untuk memikirkan dan melakukan aktifitas perilaku konsumen. Namun jika harga suatu barang atau jasa

tersebut bisa dibilang tinggi, atau mahal, maka konsumen tersebut akan semakin lama melakukan perilaku konsumen karena masih melihat dan mempertimbangkan produk tersebut.

Safira Bakery merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang usaha makanan. Di perusahaan ini menu utama yang ditawarkan adalah roti. Roti adalah makanan berbahan dasar utama tepung terigu dan air yang difermentasikan dengan ragi, tetapi ada juga yang tidak menggunakan ragi. Pada Perusahaan Safira Bakery produk yang dihasilkan sangat mengacu pada kualitas produk yaitu dari segi bahan baku, rasa, aroma, dan penyajiannya. Untuk menarik minat konsumen Safira Bakery juga selalu melakukan inovasi pada produk agar produk menjadi lebih unik.

Safira Bakery berdiri pada tanggal 10 Agustus 2012. Walaupun Safira Bakery baru berdiri selama 4 (empat) tahun tetapi perusahaan tersebut dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, meskipun pada awal berdirinya Safira Bakery ini terdapat suatu faktor yang membuat perusahaan tersebut tidak bisa mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap produk dari Safira Bakery itu sendiri. Salah satu contohnya dari faktor kebudayaan, awalnya banyak masyarakat yang masih meragukan kehalalan produk yang dimiliki oleh Safira Bakery. Tetapi dengan berjalannya waktu Safira Bakery dapat membuktikan kepada masyarakat bahwa produknya benar-benar halal dan berkualitas. Akhirnya masyarakat mulai sadar dan mempercayai bahwa produk roti yang dimiliki Safira Bakery halal dan tidak dapat diragukan lagi. Dengan mengutamakan kualitas produk dan inovasi produk yang berbeda dengan perusahaan lain serta harga yang terjangkau dan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Produk roti yang ditawarkan oleh Safira Bakery terdiri dari berbagai macam bentuk dengan rasa yang bervariasi dan kombinasi rasa yang berbeda-beda yang mampu membuat Roti Safira digemari oleh masyarakat luas disekitar Kota Bondowoso dan sekitarnya .

Lokasi Safira Bakery ini terletak di Jalan Raya KH.Asyary Kademangan Kabupaten Bondowoso. Lokasinya sangat strategis yaitu tidak jauh dari pusat kota yang setiap harinya dilalui oleh kendaraan bermotor dan mampu

memudahkan masyarakat untuk mengunjunginya. Pada saat ini meski Safira Bakery tergolong perusahaan yang baru berdiri namun Safira Bakery telah memiliki 5 cabang outlet yang berada disekitar kabupaten bondowoso yaitu di daerah Prajekan, Wonosari, Pujer, Maesan, Patrang Jember dan di Kecamatan Kademangan sebagai pusatnya. Keuntungan yang diperoleh Safira Bakery kurang lebih Rp.35 (tiga puluh lima) juta setiap bulan.

Berdasarkan latar belakang dan uraian tersebut mendorong untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen secara serempak dan parsial serta yang paling dominan terhadap pembelian roti di Safira Bakery di Kecamatan Kademangan Kabupaten Bondowoso.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat disajikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti di Safira Bakery?
2. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti di Safira Bakery ?
3. Faktor manakah yang dominan diantara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian roti di Safira Bakery?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas ,tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian roti di Safira Bakery secara serempak
2. Mengetahui pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian roti di Safira Bakery secara parsial
3. Mengetahui salah satu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian roti di Safira Bakery

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak perusahaan tentang faktor dominan yang menjadi penentu keputusan konsumen untuk mengkonsunsi produk yang ditawarkan sehingga pihak perusahaan akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan konsumen.
2. Bagi penulis dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk dan dibidang ilmu pemasaran serta melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.
3. Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan refrensi untuk penelitian selanjutnya dan bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bidang pemasaran.