

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomi Indonesia saat ini, berkembang dengan pesat yang dapat mengakibatkan banyak perusahaan menurun sehingga perusahaan berlomba-lomba mempertahankan kelangsungan hidupnya supaya dapat meraih keuntungan yang optimal serta bisa mengatasi persaingan dipasaran. Dilihat dari produk yang ditawarkan dipasaran sangat beragam yang dapat memberikan daya tarik konsumen untuk mencoba, keadaan ini dapat menyebabkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian produk, serta kecenderungan yang sering berubah.

Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen di pengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri dimana konsumen akan dipengaruhi oleh karakteristik mendasar yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor tersebut biasanya sulit untuk dikendalikan oleh perusahaan tetapi sebenarnya harus diperhitungkan untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor karakteristik perilaku konsumen tersebut mempengaruhi pembelian konsumen. Dalam mempelajari dan memahami tentang perilaku konsumen akan memberikan pandangan atau petunjuk bagi yang melakukan pemasaran dalam pengembangan produk baru, meliputi harga, keistimewaan produk, saluran pendistribusian dan elemen bauran pemasaran lainnya. Pada perilaku konsumen juga menggambarkan tentang bagaimana cara konsumen membuat keputusan pembelian dan bagaimana konsumen menggunakan dan mengatur pembelian produk barang atau jasa tersebut.

Kabupaten Probolinggo merupakan kabupaten yang memiliki persaingan ketat. Salah satunya perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan produk makanan roti, roti merupakan produk olahan yang terbuat dari bahan dasar tepung terigu, dan air yang difermentasikan menggunakan ragi, tetapi ada juga yang tidak menggunakan campuran ragi. Menurut Almatsier, Sunita (2004) menjelaskan bahwa dalam makanan sumber hidrat arang roti memiliki kandungan 175 kkalori,

4 gram protein dan 40 gram hidrat arang dengan berat roti yang dibutuhkan hanya 80 gram (urt 4 iris roti) yang lebih sedikit jika dibandingkan dengan nasi yang membutuhkan 100 gram (urt $\frac{3}{4}$ gelas), sehingga dapat disimpulkan bahwa kandungan roti lebih tinggi ketimbang nasi.

Perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang pengolahan dan pembuatan produk roti di Kabupaten Probolinggo banyak diminati oleh semua kalangan karena produk roti sangat dibutuhkan dalam berbagai acara maupun kegiatan sehari-hari misalnya budaya yang merupakan determinan dasar dari keinginan dan perilaku seseorang semisal dalam acara resepsi, pertemuan rapat, maupun kegiatan resmi (*formal*). Faktor sosial yang terdiri dari kelompok, keluarga, dan status peran sosial memiliki pengaruh terhadap pembelian produk roti di Kabupaten Probolinggo karena adanya pengaruh timbal balik antara sosial satu dengan sosial lainnya untuk melakukan pembelian. Perilaku konsumen terhadap pembelian produk roti juga dipengaruhi oleh faktor pribadi yang terdiri dari umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, kepribadian, dan konsep diri. Selain faktor budaya, sosial dan pribadi, ada juga faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk roti yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan dan sikap. Hal ini tentu akan mendorong munculnya perusahaan-perusahaan baru yang sejenis untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga dapat dikatakan persaingan di Kabupaten Probolinggo semakin ketat.

Ar-Royyan Bakery merupakan perusahaan roti (*home industry*) yang berdiri sejak tahun 2011. Perusahaan ini didirikan oleh bapak Sulton bersama dengan istrinya. Pada awal didirikan perusahaan ini hanya memiliki satu outlet yang berada di Jl. Raya Paiton No.352 A, Dusun Kota Sukodadi, Sukodadi Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo Jawa Timur 67291. Meskipun memiliki satu outlet, produk roti ini langsung diminati oleh banyak konsumen sehingga produksi dilakukan siang dan malam dengan sistem pembagian karyawan, meskipun pada saat itu usaha tergolong baru berdiri namun perusahaan ini juga langsung membuka 2 cabang outlet yang berbeda, pertama bernama Amanah Bakery yang berada di

Kabupaten Bondowoso. Kemudian cabang outlet kedua bernama Arifah Bakery yang berada di Kabupaten Lumajang.

Keunggulan produk yang dihasilkan oleh perusahaan Ar-Royyan Bakery sangat mengacu pada kualitas produk yaitu dari segi bahan baku, rasa, aroma, dan penyajiannya. Produk yang ditawarkan terdiri dari bermacam bentuk dengan rasa yang bervariasi dan kombinasi rasa yang berbeda yang mampu digemari oleh konsumen. Ar-Royyan Bakery juga terus melakukan berbagai kreasi dan inovasi produk supaya dapat menciptakan produk yang unik salah satunya produk Roti Pia Krispi yang memiliki tiga jenis varian rasa keju, kacang ijo kupas, dan cokelat. Omset yang diperoleh pada salah satu outlet Ar-Royyan Bakery selama lima bulan rata-rata kurang lebih Rp.15.878.400 (*lima belas juta delapan ratus tujuh puluh delapan ribu empat ratus rupiah*) setiap bulan pada tahun 2018-2019. Pada bulan November memperoleh omset sebesar Rp.18.105.000 (*delapan belas juta seratus lima ribu rupiah*), Desember memperoleh sebesar Rp.18.873.000 (*delapan belas juta delapan ratus tujuh puluh ribu rupiah*), Januari memperoleh sebesar Rp.12.755.000 (*dua belas juta tujuh ratus lima puluh lima ribu rupiah*), Februari memperoleh sebesar Rp.14.521.000 (*empat belas juta lima ratus dua puluh satu ribu rupiah*), dan Maret memperoleh sebesar Rp.15.138.000 (*lima belas juta seratus tiga puluh delapan ribu rupiah*). Data tersebut diperoleh pada Ar-Royyan Bakery.

Fenomena yang dihadapi Ar-Royyan Bakery yaitu banyaknya perusahaan baru yang bermuculan dan sejenis, sehingga dapat meningkatkan persaingan. Dalam mengatasi permasalahan tersebut Ar-Royyan Bakery harus cepat dan tepat dalam mengambil keputusan dan mengeluarkan ide atau pemikiran yang kreatif, inovatif dan modern supaya produk roti yang ditawarkan tetap diterima oleh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut diperlukan identifikasi untuk mengetahui lebih mendalam faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian di Ar-Royyan Bakery Kabupaten Probolinggo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis berpengaruh serempak terhadap keputusan pembelian di Ar-Royyan Bakery Kabupaten Probolinggo.
2. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian di Ar-Royyan Bakery Kabupaten Probolinggo.
3. Faktor manakah yang paling dominan diantara budaya, sosial, pribadi, psikologis terhadap keputusan pembelian di Ar-Royyan Bakery Kabupaten Probolinggo.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh budaya, sosial, pribadi, psikologis, secara serempak berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian di Ar-Royyan Bakery Kabupaten Probolinggo.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh budaya, sosial, pribadi, psikologis, secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian di Ar-Royyan Bakery Kabupaten Probolinggo.
3. Menganalisis dan menguji pengaruh dominan diantara faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis terhadap keputusan pembelian di Ar-Royyan Bakery Kabupaten Probolinggo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian diharapkan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Dapat dijadikan bahan masukan dalam bidang usaha yang terkait agar dapat mempertahankan kualitas dan kepercayaan terhadap konsumen.

2. Bagi penulis

Sebagai syarat penyelesaian, juga dapat menambah wawasan di bidang ilmu manajemen pemasaran dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai tambahan pengetahuan yang dapat dijadikan acuan untuk mengadakan penelitian selanjutnya.