

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia agribisnis, manajemen pemasaran memiliki peranan penting dalam aspek memasarkan sebuah produk agribisnis. Hal ini dikarenakan perkembangan dunia agribisnis semakin tahun semakin meningkat secara pesat dan para pembisnis semakin memunculkan berbagai ide-ide dan inovasi baru yang membuat pesaing dalam dunia agribisnis semakin kuat. Produk-produk olahan agribisnis yakni berupa pertanian, perkebunan hingga perikanan. Dengan adanya manajemen pemasaran, semua produk olahan agribisnis dapat dipasarkan sesuai pangsa pasarnya yang jelas, serta dapat meningkatkan nilai jual produk olahan agribisnis dengan memperhatikan bauran pemasaran yang tepat untuk produk olahan agribisnis yang akan dijual dipasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) dalam Rahmawati (2014:85) menyatakan bahwa kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri - ciri lainnya. Menurut Simamora (2001) dalam Kurnia (2018:14) harga adalah sejumlah uang yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Menurut Lamarto (2001) dalam Sopiah dan Sangadji (2013:322) menyatakan bahwa merek adalah nama, istilah, simbol atau desain khusus atau beberapa kombinasi unsur-unsur tersebut yang dirancang untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual.

Data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur menyatakan bahwa jumlah rumah makan atau restoran di Provinsi Jawa Timur adalah pada tahun 2014 – 2018 semakin meningkat dengan jumlah awal 1.706 rumah makan atau restoran menjadi 4.169 pada tahun 2018. Namun di Kabupaten Jember mengalami ketidakstabilan mengenai jumlah rumah makan atau restoran yakni pada tahun

2014 mencapai 56 rumah makan atau restoran dan kini pada tahun 2018 rumah makan atau restoran yang ada di Kabupaten Jember semakin menurun yaitu 33 rumah makan atau restoran. Hal ini dikarenakan banyaknya pesaing yang memiliki menu masakan yang sama.

Resto Bank One salah satu usaha kuliner yang menyajikan beberapa menu masakan seperti tumis kangkung, tumis terong balado dan lain sebagainya. Resto Bank One ini memiliki cabang di Jember yaitu cabang di Smbersari (daerah jln. Bangka Belitung dan jln. Mastrip). Resto Bank One buka mulai pukul 08.00 sampai dengan 24.00.

Harga dari masakan Resto Bank One ini terbilang terjangkau, dikarenakan sasaran dari Resto Bank One adalah mahasiswa yang ada disekitar kampus. Harga yang dipatok untuk masakan Resto Bank One sekitar Rp. 1.000 sampai dengan Rp. 9.000 konsumen sudah dapat menikmati menu yang ada pada resto ini. Harga yang ditawarkan oleh Resto Bank One ini dapat terjangkau oleh beberapa kalangan. Menu yang disajikan di Resto Bank One Jalan Mastrip Kabupaten Jember antara lain seperti setiap pembelian sayur sop, lodeh dan berbagai tumisan 1 porsi dipatok dengan harga Rp.5000, dan untuk gorengan seperti tahu goreng, tempe goreng dadar jagung goreng dipatok dengan harga Rp. 1000, berbeda dengan telur goreng dipatok dengan Rp. 3000. Selain harga, Resto Bank One ini selalu menjaga citra merek yang baik dimata konsumen. Citra merek yang baik atau positif yang dilakukan dapat menciptakan pertimbangan untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, sebab apa yang menyebabkan para pengunjung datang Resto Bank One ini, dan apakah kualitas produk, harga dan citra merek ikut andil dalam upaya peningkatan penjualan pada Resto Bank One tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel kualitas produk, harga, citra merek secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Resto Bank One Kabupaten Jember?
2. Apakah variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Resto Bank One Kabupaten Jember?
3. Apakah variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Resto Bank One Kabupaten Jember ?
4. Apakah variabel citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Resto Bank One Kabupaten Jember ?
5. Manakah variabel yang lebih dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Resto Bank One Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, maka dapat diuraikan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui variabel kualitas produk, harga, citra merek secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Resto Bank One Kabupaten Jember.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Resto Bank One Kabupaten Jember.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Resto Bank One Kabupaten Jember.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui variabel citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Resto Bank One Kabupaten Jember.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui variabel yang lebih dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Resto Bank One Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah diuraikan, maka dapat diuraikan manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan diperguruan tinggi juga sebagai pengetahuan bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada Resto Bank One Jalan Mastrip Kabupaten Jember.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan terkait variabel kualitas produk, harga, dan citra merek dalam pembelian konsumen pada pada Resto Bank One Jalan Mastrip Kabupaten Jember.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti lain sebagai informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya.