

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Tahu sebagai salah satu makanan dari olahan kedelai yang terus berinovasi dan digunakan sebagai bahan dasar bermacam-macam masakan diberbagai tempat. Masyarakat Indonesia sebagian besar tidak mengkonsumsi kacang kedelai langsung tanpa diolah, mereka lebih menyukai produk olahannya, salah satunya adalah tahu. Sebagai hasil olahan kacang kedelai, tahu merupakan makanan andalan untuk perbaikan gizi karena tahu mempunyai mutu protein nabati terbaik karena mempunyai komposisi asam amino paling lengkap dan diyakini memiliki daya cerna yang tinggi (sebesar 85 % - 98% ). Kandungan gizi dalam tahu, memang masih kalah dibandingkan lauk pauk hewani, seperti telur, daging dan ikan. Namun, dengan harga yang lebih murah, masyarakat cenderung lebih memilih mengkonsumsi tahu sebagai bahan makanan pengganti protein hewani untuk memenuhi kebutuhan gizi.

Tahu sering sekali kita jumpai di pusat-pusat pembelanjaan seperti Pasar, pedagang sayur keliling, warung-warung kecil ataupun Supermarket. Umumnya usaha industri tahu yang berkembang di masyarakat adalah industri rumah tangga dan industri kecil. Hampir disetiap kota terdapat usaha industri-industri tahu, tanpa terkecuali di Kabupaten Lumajang. Hal ini membuat persaingan semakin ketat dikalangan produsen untuk menciptakan produk tahu yang terbaik yang dapat membuat konsumen puas.

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

Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Konsumen yang merasa puas akan menyatakan hal-hal yang baik tentang produk yang dibelinya kepada orang lain.

Setiap perusahaan selalu memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang optimal. Untuk mencapai tujuan tersebut, usaha-usaha pemasaran untuk menguasai dan memperluas sangat penting dilakukan. Salah satunya dengan bauran pemasaran yang merupakan alat utama bagi perusahaan untuk dapat menguasai pasar yang diharapkan, sehingga target omzet penjualan yang diharapkan dapat tercapai. Adapun unsur-unsur bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan yaitu : *product, place, price, promotion, people, physical evidence* dan *process*. Pelaksanaan atau penerapan dari bauran pemasaran diharapkan dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang dihasilkan sehingga konsumen terdorong untuk membelinya.

UD. Jati Makmur merupakan salah satu industri kecil yang memproduksi tahu di Kabupaten Lumajang. UD. Jati Makmur ini menyediakan berbagai macam ukuran bentuk tahu sesuai dengan permintaan konsumen. Salah satu keunggulan UD. Jati Makmur antara lain, pelayanan yang bagus dan lingkungan yang bersih. Meskipun UD. Jati Makmur sudah memiliki salah satu keunggulan, tetapi tidak membuat konsumen tertarik untuk membeli, sehingga UD. Jati Makmur tidak dapat menguasai pasar yang luas. Karena kita ketahui, konsumen dalam pengambilan keputusan pada sekarang ini tidak hanya berpedoman harga yang murah, melainkan produk yang berkualitas, distribusi yang lancar, promosi yang menarik, dan kecepatan pelayanan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka mendorong dilakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar tingkat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian Tahu pada UD. Jati Makmur di Kabupaten Lumajang?
2. Apakah variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Tahu pada UD. Jati Makmur di Kabupaten Lumajang?
3. Apakah variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Tahu pada UD. Jati Makmur di Kabupaten Lumajang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi secara serempak terhadap keputusan pembelian Tahu pada UD. Jati Makmur di Kabupaten Lumajang.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi secara parsial terhadap keputusan pembelian Tahu pada UD. Jati Makmur di Kabupaten Lumajang.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel bauran pemasaran mana yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Tahu pada UD. Jati Makmur di Kabupaten Lumajang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dijelaskan manfaat penelitian ini yaitu :

1. Bagi UD. Jati Makmur dari yang diteliti dapat mengerti tentang strategi apa saja yang harus dilakukan agar dari produk UD. Jati Makmur dapat lebih dikenal dipasaran, serta dapat mejadikan bahan informasi dan masukan agar memenuhi kepuasan konsumen.
2. Bagi pembaca yang ingin mendirikan usaha pembuatan Tahu lainnya, manfaat dari penelitian ini agar pengusaha yang ingin mendirikan usaha tersebut dapat menjadikan penelitian ini menjadi sumber informasi agar dapat belajar untuk membuat dan mendirikan industri tahu yang dapat diminati oleh masyarakat.
3. Bagi penulis atau peneliti, manfaat dari penelitian ini adalah agar dapat mendapat pengetahuan di bidang pemasaran, serta dapat dijadikan suatu pengalaman dari penelitian yang diteliti pada UD. Jati Makmur di Kabupaten Lumajang