

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tingkat persaingan dalam era globalisasi saat ini sangat pesat dan persaingan bisnis menjadi semakin tajam. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, maka membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing dan dituntut agar berinovasi, kreatif, dan bergerak cepat dalam hal menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing yang lain.¹

Dalam dunia bisnis perusahaan menginginkan produknya mengalami penjualan yang meningkat dan dapat bersaing di pasar. Di mana jika kita berbicara mengenai hal ini tentu tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok akan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.²

Salah satu jenis produk yang diminati oleh masyarakat adalah perusahaan *bakery* yang menyajikan berbagai jenis roti, kue dan pastry. Salah satu *bakery* yang berkembang di Sekayu saat ini yaitu Baker's Queen. Baker's Queen adalah

¹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ketiga belas, Jilid I, (Jakarta : Erlangga, 2009), hlm. 6

²*Ibid*, hlm. 5

salah satu bisnis makanan ringan yang ada di sekayu yang berdiri sejak tahun 2010. Sejauh ini di dalam perusahaan Baker's Queen tidak ada keluhan atau masalah dalam kualitas produk bahkan banyak diminati oleh konsumen. Karena roti tersebut dibuat dipabriknya langsung dijual oleh penjual dari pabrik tersebut, roti ini dijual juga di supermarket, karena produk ini sangat terjaga kualitasnya, yaitu jangka waktu roti yang dijual tidak begitu lama karena perusahaan ingin mendapatkan roti yang segar dan lezat untuk dikonsumsi.

Sekarang ini konsumen sangat teliti dalam mengambil keputusan dalam membeli sesuatu barang dan jasa. Keputusan pembelian adalah proses dimana seseorang sudah melalui tahap pemikiran dan alternatif pilihan untuk benar-benar membeli produk. Orang yang akan mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia. Bila seseorang dihadapkan dengan dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian membeli, maka dia ada dalam posisi membuat keputusan.³ Keputusan pembelian pada Baker's Queen masih rendah, ini dibuktikan dengan penjualan Baker's Queen yang mengalami naik turun atau fluktuasi. Untuk melihat bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap Baker's Queen dapat dilihat dari data penjualan Baker's Queen.

³Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Andi, 2016), hlm. 99

Tabel 1.1
Data Penjualan Baker's Queen Sekayu

Bulan	Tahun	
	2017	2018
Januari	Rp.37.350.000	Rp.46.560.000
Februari	Rp.37.800.000	Rp.47.450.000
Maret	Rp.42.150.000	Rp.48.000.000
April	Rp.48.780.000	Rp.50.000.000
Mei	Rp.51.150.000	Rp.54.205.000
Juni	Rp.52.740.000	Rp.54.000.000
Juli	Rp.53.598.000	Rp.59.450.000
Agustus	Rp.54.800.000	Rp.60.605.000
September	Rp.45.345.000	Rp.58.900.000
Oktober	Rp.46.800.000	Rp.61.705.000
November	Rp.48.670.000	Rp.61.980.000
Desember	Rp.50.000.000	Rp.63.000.000
Jumlah	Rp.569.183.000	Rp.665.855.000

Sumber : Data penjualan Baker's Queen, 2019

Berdasarkan pada tabel 1.1 diatas menjelaskan bahwa pada 2 tahun terakhir ini telah terjadi ketidakstabilan penjualan pada Baker's Queen. Hal ini terjadi karena kunjungan pada Baker's Queen berkurang dan berkaitan dengan ketatnya persaingan di dunia bisnis *bakery*. Ada beberapa fenomena yang terjadi, mulai dari bentuk roti yang ukurannya tidak sesuai dengan harga, kurangnya fitur hiasan pada tampilan produk sehingga konsumen merasa kurang tertarik, dan kurangnya ramah pegawai terhadap pembeli.

Salah satu pertimbangan keputusan pembelian adalah merek, dimana merek sangat berpengaruh bagi konsumen. Sebuah merek yang terkenal memiliki keistimewaan tersendiri bagi konsumen. Melihat fakta yang terjadi, konsumen banyak melakukan keputusan pembelian, jika produk tersebut memiliki merek yang terkenal maka konsumen akan membeli produk tersebut dan jika

dibandingkan dengan produk yang mempunyai merek standar maka konsumen akan mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut.⁴

Memiliki citra merek yang kuat merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan. Karena citra merek adalah kesan merek yang diberikan oleh perusahaan mengenai gambaran suatu produk dengan membangun karakter produk yang berbeda dengan produk pesaing, agar produk tersebut dapat menarik minat konsumen untuk membeli serta dapat memberikan citra yang positif di benak konsumen. Dengan adanya citra merek yang ada, maka akan mampu meningkatkan penjualan pada produk yang dijual dikarenakan citra merek yang telah melekat pada pemikiran para konsumen.⁵

Penerapan strategi pemasaran yang tepat yaitu dengan mempelajari pesaing produk yang sejenis dan juga pelanggannya. Pesaing terdekat perusahaan adalah mereka yang memuaskan pelanggan dan kebutuhan yang sama dan memberikan penawaran yang serupa. Perusahaan juga harus memperhatikan pesaing lain yang mungkin menawarkan cara baru untuk memenuhi kebutuhan yang sama. Berikut ini daftar pesaing *bakery* yang ada di Kota Sekayu.

Tabel 1.2
Daftar Pesaing Bakery di Kota Sekayu

Nama Toko Roti	Alamat
Baker's Queen	Jl. Kayu Ara, Sekayu
King Bakery dan Cake	Jl. Kyai H. Achmad Dahlan, Sekayu
Le'tat Bakery dan Cake	Jl. Kolonel Wahid Udin Sekayu
Fren Cake dan Bakery	Jl. Merdeka, Serasan Jaya, Sekayu
Aroma Bakery	Jl. Merdeka, Serasan Jaya, Sekayu

Sumber : Data diolah peneliti, 2019

⁴ Ardi Ansah, "Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Nike", Jurnal Amwaluna, Vol 1, No. 2 Juli 2017, hlm. 181

⁵ Sudaryono, *Op.cit.*, hlm.258

Berdasarkan tabel 1.2, terlihat bahwa banyaknya merek atau produk yang sudah beredar di Kota Sekayu. Semua merek bersaing dengan ketat dipasaran. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar Baker's Queen tetap stabil dan terus meningkat, tentunya pihak pengelola toko Baker's Queen harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis bakery ini. Pengelola harus mulai berfikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan memutuskan pembelian pada Baker's Queen.

Berbagai merek produk yang dikeluarkan dan ditawarkan dengan keistimewaan, baik dalam manfaatnya maupun dalam mengkomunikasikannya. Keistimewaan sebuah merek juga diikuti dengan harga dan jenis produk yang beragam. Harga pun menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Harga adalah produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen. Harga ditetapkan agar mampu memberikan tingkat profit yang menguntungkan bagi perusahaan.⁶

Keragaman produk dalam suatu toko juga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Produk yang beragam dan lengkap menjadi salah satu faktor yang akan dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Keragaman produk merupakan daya tarik bagi konsumen akan lebih memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan

⁶Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya & Effendi, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi. 2015), hlm. 128

lengkap.⁷ Dalam hal ini pihak Baker's Queen Sekayu menyediakan beragam banyak pilihan roti, mulai dari bread, cake, dan donat. Adapun harga dan jenis-jenis produk yang dihasilkan Baker's Queen yaitu :

Tabel 1.3
Daftar Harga dan Jenis- Jenis Roti

No.	Jenis Roti	Harga
1.	Maxy Pandan	Rp. 7.000
2.	Pizza Bun	Rp. 8.000
3.	Cheese Floss	Rp. 8.000
4.	Maxy Mocca	Rp. 7.000
5.	Sausage Boat	Rp. 9.000
6.	Pizza Big	Rp. 15.000
7.	Pillow	Rp. 10.000
8.	Tawar Pandan	Rp. 11.000
9.	Donat	Rp. 7.000
10.	Cake	Rp. 200.000

Sumber : Baker's Queen Sekayu, 2019

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa Baker's Queen menjual beberapa jenis produk roti, donat maupun cake dan harga yang ditawarkan oleh Baker's Queen cukup terjangkau dengan kualitas yang tak kalah dengan merek lain yang memiliki harga yang jauh lebih mahal.

Adapun salah satu bentuk strategi yang dapat diimplementasikan adalah dengan mempertimbangkan Store Atmosphere (Suasana Toko). Lingkungan fisik suatu toko dapat teridentifikasi dari perencanaan yang tepat dan akan menghadirkan nuansa, suasana dan estetika yang menarik bagi konsumen.⁸

⁷Sri Wilujeng dan Moh. Fakhruddin Mudzakkir, "Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang", Jurnal Modernisasi, Vol 11, No. 2 Juni 2015, hlm. 94

⁸Atika Ayu Pragita, dkk, "Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap emosi dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian", Jurnal Profit, Vol. 7 No. 1 Desember 2015, hlm. 2

Suasana toko pada Baker's Queen memberikan suasana yang nyaman dan tempatnya bersih.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan *Research Gap* dari variabel independen yang mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.4
Research Gap Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	Terdapat berpengaruh signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian	1. M. Romadhoni (2015) 2. Sultan Agung Hidayatullah (2017) 3. Siska Henita (2018)
	Tidak berpengaruh signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian	Siti Nurhayati (2017)

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh M. Romadhoni (2015), Sultan Agung Hidayatullah (2017), dan Siska Henita (2018) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurhayati (2017) yang menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.5
Research Gap Harga Terhadap Keputusan Pembelian

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	Terdapat berpengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian	1. Atiq Arsyadani (2015) 2. Nur Fajar Setianingsih (2016) 3. Wafalu'lu'atul Maemanah (2017)
	Tidak berpengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian	1. Satya, dkk (2015) 2. Karouw, dkk (2016)

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh Atiq Arsyadani (2015), dan Nur Fajar Setianingsih (2016), dan Wafalu'lu'atul Maemanah (2017) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikansi antara harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Satya, dkk (2015) dan Karouw, dkk (2016) yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.6
Research Gap Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian	Terdapat berpengaruh signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian	1. Restu Aji (2015) 2. Rasmulia (2016) 3. Reza Dani Prastika (2017)
	Tidak berpengaruh signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian	Sri Wilujeng, dkk (2015)

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh Restu Aji (2015), Rasmulia (2016), dan Reza Dani Prastika (2017) menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikansi antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Wilujeng, dkk (2015) yang menunjukkan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.7
Research Gap Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian	Terdapat berpengaruh signifikan antara suasana toko terhadap keputusan pembelian	1. Restu Aji Prasetyo (2015) 2. Nur Fajar (2016) 3. Yoga Prambudi (2017)
	Tidak berpengaruh signifikan antara suasana toko terhadap keputusan pembelian	Atika Ayu, dkk

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh Restu Aji Prasetyo (2015), Nur Fajar (2016), dan Yoga Prambudi (2017) menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikansi antara suasana toko terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Atika Ayu, dkk yang menunjukkan bahwa suasana toko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari fenomena data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya

research gap dalam penelitian-penelitian terdahulu. Berbagai penelitian diatas menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang berbeda dari citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang dan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, Keragaman Produk dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baker’s Queen Sekayu”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada Baker’s Queen Sekayu ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Baker’s Queen Sekayu ?
3. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Baker’s Queen Sekayu ?
4. Bagaimana pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Baker’s Queen Sekayu ?
5. Bagaimana pengaruh citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembeli pada Baker’s Queen Sekayu ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka perlu diadakan batasan masalah. Batasan masalah diperlukan agar peneliti lebih fokus pada variabel yang telah ditentukan. Peneliti terfokus pada keputusan pembelian konsumen dan variabel citra merek, harga, keragaman produk dan suasana toko, karena citra merek yang memiliki nilai positif akan memungkinkan untuk melakukan pembelian. Harga dari setiap konsumen pasti akan berbeda-beda tergantung kemampuan konsumen. Produk yang mempunyai ragam yang lengkap merupakan salah satu hal yang dicari oleh konsumen. Dan suasana toko juga menjadi faktor yang penting dalam suatu perusahaan untuk menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

D. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian.

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam rangka penerapan teori-teori yang telah didapat di bangku perkuliahan serta untuk mengetahui sejauh mana tingkat kemampuan peneliti dalam meneliti sebuah masalah. Sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi pemilik usaha Baker's Queen Sekayu dalam perencanaan dan pengambilan keputusan, khususnya terkait dengan citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum dan untuk mempermudah dalam penyusunan penelitian. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab satu dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan. Tujuan dari bab ini adalah untuk memberikan gambaran umum mengenai isi keseluruhan dari penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab dua ini menjelaskan teori-teori dasar yang digunakan sebagai landasan serta referensi dalam penulisan berdasarkan penelitian sebelumnya. Selain itu, dalam bab ini juga diuraikan mengenai kerangka teori dan hipotesis dalam penelitian berdasarkan landasan teori dan penelitian sebelumnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga ini berisi tentang prosedur dalam penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel-

variabel penelitian dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat diuraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, pengujian dan analisis data serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab lima berisi kesimpulan dari hasil analisis data yang telah diperoleh dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.