

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sekarang ini bisnis di bidang kuliner ini peminatnya tidak pernah sepi. Di bidang bisnis *bakery* menjadi salah satu bisnis kuliner yang banyak di coba. *Bakery* adalah makan yang bahan dasarnya tepung terigu dan air, difermentasikan dengan ragi, ada juga yang tidak menggunakan ragi. Kemajuan teknologi saat ini manusia membuat roti yang diolah dengan berbagai macam bahan contohnya minyak, gula, garam, telur, maupun mentega untuk menambahkan kadar protein di dalam sehingga bisa menghasilkan tekstur dan rasa yang sesuai.

Pada saat ini bisnis *bakery* mempunyai banyak variasi jajanan yang ada di pinggir jalan sehingga menjadi toko besar. Meskipun bukan makanan utama bagi masyarakat Indonesia, *bakery* ini menjadi pilihan favorit bisa dijadikan menu sarapan maupun cemilan. Dalam bisnis yang harus diperhatikan pangsa pasar yang luas dengan membuat bisnis *bakery* yang patut diperhitungkan sebagai usaha berprospek yang menghasilkan keuntungan. Saat ini persaingan bisnis di bidang kuliner ini khususnya pada *bakery* sekarang ini semakin ketat. *Bakery* dengan tekstur yang lembut dan beragam varian rasa yang menjadi kunci sukses bisnis *bakery*.

*Bakery* ini dibuat berdasarkan resep turun menurun dari keluarga besar yang bernama Nurul Faizah yang saat ini memberi merk atau label Family Bakery. Memulai usaha Family Bakery di GKB pada tahun 2004. Saat itu cita rasa roti sudah

hampir sama dengan yang kita temukan sekarang ini, begitu juga dengan rasa dan bentuknya. (Sumber : Family Bakery 2018)

Usaha *bakery* ini memiliki lokasi yang strategis yaitu berada di Jalan Sumatera No. 64 GKB Gresik. Perekonomian di masyarakat GKB banyak ditunjang dari sektor wiraswasta. Sejak berkembangnya perekonomian masyarakat GKB maka semakin banyak pula bisnis makanan yang berdiri salah satunya yaitu di toko *bakery*.

Fenomena yang dipandang sebagai peluang bisnis kuliner ini bagi pelaku usaha, sehingga sekarang ini bermunculan bisnis toko bakery di Gresik. Hal ini diakibatkan oleh tingkat persaingan yang sangat ketat. Cara menghadapi persaingan yang semakin meningkat tersebut, badan usaha dengan membuat dan menetapkan strategi yang tepat dengan bertujuan untuk menghadapi persaingan, mendapatkan laba dan melanjutkan kegiatan badan usaha. Untuk menghadapi persaingan ini memaksa badan usaha untuk berorientasi pada kegiatan pemasaran. Untuk memenangkan persaingan, badan usaha harus memberikan pelayanan yang terbaik.

Menurut Tjiptono (2016:61) banyak faktor yang menjadi pertimbangan dalam konsumen sebelum memutuskan untuk membeli adalah identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif. Keputusan Pembelian Menurut Kotler (2009:188) adalah konsumen mengevaluasi pilihan beberapa produk-produk untuk membeli produk yang disukai. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan.

Faktor produk merupakan faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2016:178) faktor

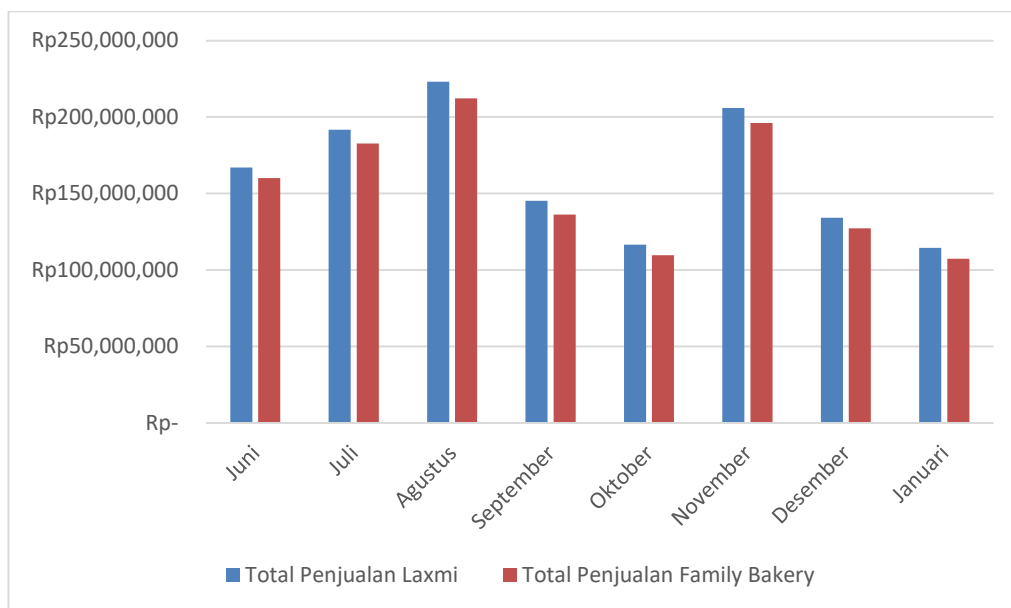
produk sendiri merupakan hal yang diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan. produk *bakery* yang akan dijual harus mempunyai kemasan yang menarik pelanggan supaya membeli produk tersebut, merek, kualitas yang baik dan penampilan yang menarik sehingga dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli. Kualitas produk yang baik akan mendorong pengusaha untuk mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

Variabel produk yang berkaitan dengan mengembangkan suatu produk yang tepat bagi pasar sasaran target. Bisnis kuliner makanan ini seharusnya produk yang akan dijual harus mempunyai kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Menurut Tjiptono (2016:176) produk adalah mencakup segala sesuatu yang memberikan nilai sesuai dengan kecocokan dalam pemakaian atau yang bisa memuaskan pelanggan. Oleh karena itu produk sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk barang atau jasa yang bisa memenuhi kebutuhan pelanggan.

Teori yang menyatakan hubungan produk terhadap keputusan pembelian menurut Kotler (2009:4) menjelaskan bahwa adanya hubungan antara produk dalam keputusan pembelian yaitu evaluasi tersebut dipengaruhi oleh kualitas atribut dari suatu produk, yang dianggap memenuhi kriteria yang dibutuhkan oleh konsumen. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Family Bakery ini merupakan usaha yang berkembang di bidang kuliner yang telah lama berdiri dan mempunyai beberapa cabang di GKB, Veteran, Roomo, dan Lamongan. Laxmi juga mempunyai cabang di Gresik yaitu kartini, Sembayat Manyar, Bungah, Gkb, lamongan dan Tuban. Sejarah berdirinya Family Bakery ini

memulai usaha yang merintis sejak kecil dengan berjualan *bakery* di kantor-kantor sejak tahun 2000 lalu di GKB membuka tokonya sejak tahun 2004 sedangkan Laxmi membuka cabang pada tahun 1998. Jadi yang membuka cabang terlebih dahulu adalah toko Laxmi. Family Bakey ini selalu menjaga kualitas rasa produk. Family Bakery adalah merupakan toko *bakery* utama yang menyajikan konsep modern dalam beberapa produk dalam toko Family Bakery di daerah GKB.



Sumber : Laxmi GKB dan Family Bakery GKB Juni 2018 – Januari 2019

**Gambar 1.1**  
**Perbandingan Data Penjualan Laxmi GKB dan Family Bakery GKB**  
**Tahun 2018 – 2019**

Sebagai perbandingan toko roti Family Bakery bermunculan di Gkb yang menjadi pesaing adalah Laxmi *cake and bakery*. Namun saat ini yang menjadi middle competitor Family Bakery adalah Laxmi *cake and bakery*. Laxmi *cake and bakery* toko roti ini bersaing ketat dari segi harga, kualitas rasa, dan konsep toko dengan Family Bakery. Untuk itu perlu dilakukan usaha *maintenance* pelanggan

agar pelanggan dari Family Bakery tetap loyal terhadap Family Bakery dan tidak berpindah untuk membeli di toko roti lain.

Selain itu faktor harga juga merupakan faktor yang penting. Penentuan harga produk yang dilakukan pengusaha sangatlah berpengaruh pada keputusan pembelian. Menurut Laksana (2009:117) faktor-faktor yang mempengaruhi harga adalah pengusaha perlu memperkirakan permintaan terhadap produk, pangsa pasar sasaran, reaksi dari pesaing, mempertimbangkan langkah-langkah yang perlu diambil pada saat pengusaha memasuki pasar dengan harga yang tinggi atau dengan harga yang rendah, pengusaha harus mempertimbangkan kebijakan produk yang akan dijual, biaya untuk memproduksi produk, penetapan harga terhadap suatu produk yang berhubungan dengan biaya permintaan maupun pesaing lainnya.

Menurut Kotler dalam Setiyaningrum (2011:128) harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas harga adalah sebagai jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Tjiptono (2009:103) menjelaskan bahwa adanya hubungan antara harga dan manfaat dalam keputusan pembelian konsumen telah membuat perusahaan harus memilih suatu harga yang tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah, tetapi suatu harga yang sama dengan nilai persepsi bagi target konsumen. Dengan demikian hubungan harga dengan keputusan pembelian bersifat positif.

Selain itu faktor pelayanan juga merupakan faktor yang penting. Pelayanan yang dilakukan pengusaha sangatlah berpengaruh pada keputusan pembelian. Menurut Tjiptono Fandy (2009: 91) faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan

adalah fasilitas tempat parkir, tata letak dan tampilan barang, kenyamanan fisik, kepercayaan, keyakinan, dan kejujuran dalam pelayanan, keterampilan dan pengetahuan pelayanan, menyediakan keinginan pelanggan dan pelayanan yang mudah dihubungi, penampilan barang pembuatan nota dan pencatatan nota, kesopanan dan keramahan dalam pelayanan, komunikasi yang baik dan bisa mendengarkan pendapat yang diberikan konsumen, harus memahami kebutuhan dari konsumen.

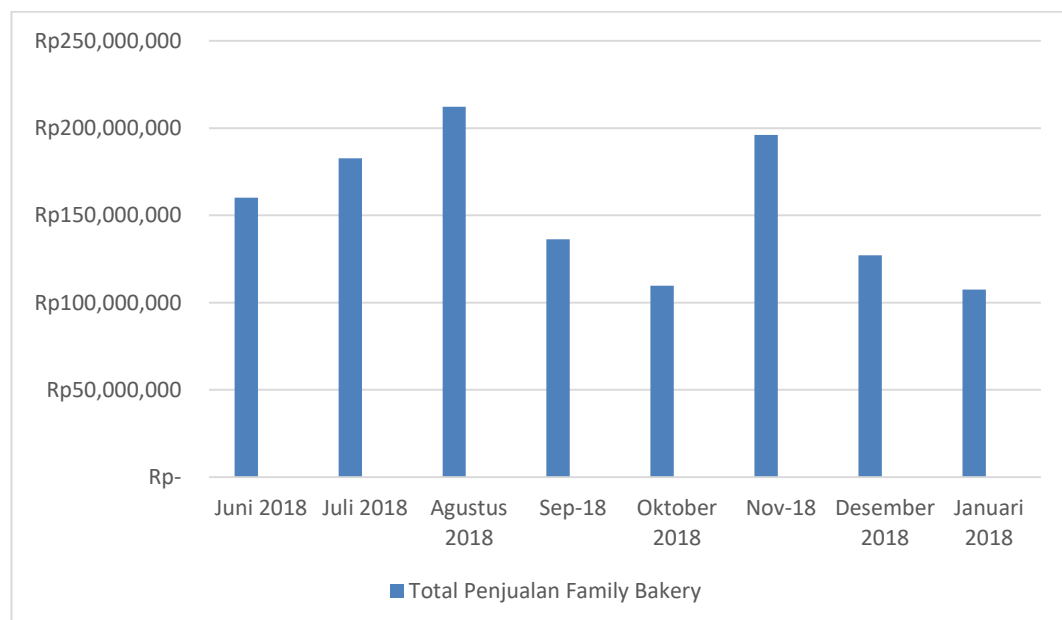
Dalam mencapai keputusan pembelian sekian banyak toko *bakery* ini menyediakan layanan dalam jasa pengiriman yang salah satunya dalam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pelanggannya. Pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama dalam keberhasilan membuka usaha. Menurut Kotler dalam Laksana (2009:85) Pelayanan yaitu setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah tindakan yang akan diberikan kepada konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan.

Teori yang menyatakan hubungan pelayanan terhadap keputusan pembelian Tjiptono (2014:268) yang menjelaskan bahwa adanya hubungan antara pelayanan dalam keputusan pembelian tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Jadi ketika keinginan konsumen terpenuhi maka konsumen akan memutuskan akan membeli.

Tingkat keputusan pembelian terhadap barang atau jasa akan mencerminkan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

Namun dengan usaha untuk keputusan pembelian sangatlah sulit karena dalam persaingan yang sangat ketat dan perubahan lingkungan sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang sekarang ini semakin tinggi. Menurut Kotler (2009:24) melakukan bauran pemasaran yang tepat adalah terdiri dari *product, price, product, and service* yang akan meningkatkan keputusan pembelian. Tetapi yang menjadi tolak ukur keputusan pembelian lebih pada produk, harga dan pelayanan.

Family Bakery pada data penjualannya sebagaimana penjualannya Fluktuatif. oleh karena itu, pembisnis harus bisa menerapkan strategi pemasaran yang baik dan menyebarkan informasi secara cepat dan tepat kepada konsumen agar dapat bertahan dalam persaingan yang ada. Seiring dengan persaingan tingkat penjualan Bakery di Family Bakery pada tahun 2018-2019 dapat dilihat pada Tabel 1.2



*Sumber : Family Bakery GKB Juni 2018 – Januari 2019*

**Gambar 1.2**

### **Data Penjualan Family Bakery GKB Juni 2018 – Januari 2019**

Berdasarkan data penjualan di atas dapat diketahui bahwa tingkat penjualan Family Bakery pada periode Juni 2018 – November 2018 memiliki rata-rata tingkat penjualan yang tidak stabil atau mengalami naik turun setiap bulannya. Pada bulan Desember 2018-Januari 2019 mengalami penurunan.

Bulan Juni, Juli, dan Agustus mengalami kenaikan penjualan yang stabil yaitu berjumlah Rp 160.080.500 pada bulan Juni, Rp 182.816.500 pada bulan Juli dan pada bulan Agustus yang berjumlah Rp 212.234.000. dengan kata lain dalam 3 bulan mengalami kenaikan antara 14,20% - 16,09%. Tetapi saat memasuki bulan September mengalami penurunan sebesar Rp 136.269.500 atau -35,79% dari bulan sebelumnya. Pada bulan Oktober tingkat penjualannya masih mengalami penurunan sebesar Rp 109.678.000 atau -19,51% sedangkan pada bulan November 2018 mengalami kenaikan sebesar Rp 196.062.500. Pada bulan berikutnya yaitu bulan Desember 2018 – bulan Januari 2019 mengalami penurunan dalam penjualan yaitu berjumlah Rp 127.172.000 pada bulan Desember 2018 sedangkan pada bulan Januari 2019 berjumlah 107.466.000.

Dalam bidang pemasaran ini masalah yang dihadapi Family Bakery adalah data penjualan (omset) naik turun dalam penjualan. Kondisi tersebut memerlukan strategi pemasaran yang lebih baik, agar penjualan produk, harga, dan pelayanan dapat terus ditingkatkan. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Pengaruh Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Pada UD Family Bakery)”.



## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut ini :

1. Apakah produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada UD Family Bakery di Gkb?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada UD Family Bakery di Gkb?
3. Apakah pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada UD Family Bakery?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada UD Family Bakery di Gkb.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada UD Family Bakery di Gkb.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada UD Family Bakery di GKB.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dengan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Meningkatkan wawasan serta menambahkan pengetahuan peneliti pada bidang ilmu manajemen pemasaran. Khususnya pada variabel masalah yang diteliti,

yaitu produk, harga, pelayanan, dan keputusan pembelian pada UD Family Bakery di Gkb.

## 2. Bagi Pegusaha

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengusaha *bakery* ini, khususnya di dalam manajemen pemasaran terkait mengenai fenomena-fenomena yang terjadi di toko tersebut. Sebagai bahan masukan dalam pembuatan kebijakan dan strategi pemasaran.

## 3. Bagi Pembaca

Sebagai salah satu bahan referensi untuk menambah wawasan, pengetahuan, maupun sebagai bahan penelitian selanjutnya.