

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di era globalisasi saat ini pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan paling penting yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Keberhasilan suatu bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar. Dasar tujuan dari mendirikan perusahaan yaitu mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi.

Pada saat ini bisnis yang banyak diminati yaitu produk makanan karena makanan merupakan kebutuhan primer, sehingga sebagian orang menganggap bisnis tersebut merupakan bisnis yang sangat berpotensi untuk dijadikan peluang usaha. Di Indonesia sendiri saat ini sangat banyak beredar restoran ataupun *outlet* yang menyediakan berbagai macam menu makanan

berbahan dasar ayam, dan sangat diminati oleh penduduk Indonesia. Bisnis tersebut telah menjamur dan berkembang pesat di Indonesia tentunya sangat menguntungkan bagi produsen atau pemilik usaha, namun juga bukanlah merupakan hal yang mudah, mengingat persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat. Oleh sebab itu, setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi dilingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembelian agar dapat berhasil menjalankan usahanya. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya dengan kegiatan pemasaran (Kotler, 2000).

Salah satu bisnis yang saat ini mengalami persaingan adalah Geprek Bensu, salah satu kuliner yang banyak diminati konsumen dan Geprek Bensu merupakan salah satu restoran yang menawarkan berbagai makanan cepat saji. Geprek Bensu adalah outlet yang menyediakan ayam geprek sebagai produk utamanya. Selain ayam geprek, terdapat menu makanan, minuman dan *dessert* pendamping lainnya. Sensasi pedas dengan berbagai macam varian sambal membuat para konsumen memilih ayam geprek milik salah satu artis ini untuk dikonsumsi.

Dalam membeli dan mengonsumsi sesuatu terlebih dahulu konsumen membuat keputusan mengenai produk apa yang dibutuhkan, kapan, bagaimana dan dimana proses pembelian atau konsumsi itu akan terjadi. Dengan kata lain diperlukan suatu proses pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu baik barang atau jasa. Dalam hal membeli suatu produk konsumen tentunya memiliki hak untuk memutuskan produk mana yang akan dipilih. Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013).

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen melibatkan keyakinan pada suatu produk yang dipilih sehingga timbul rasa percaya diri atas keputusan pembelian yang diambil. Rasa percaya diri konsumen atas keputusan pembelian yang diambilnya

mempresentasikan sejauh mana konsumen memiliki keyakinan diri atas keputusan memilih suatu produk. Maka dari itu peneliti menggunakan keputusan pembelian sebagai salah satu variable dalam penelitian ini. Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk yaitu Harga, Merek dan sebagainya.

Hal mendasar pada saat ini yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu harga. Pada kenyataannya harga memang merupakan salah satu faktor utama yang dilakukan oleh konsumen. Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Bagaimana tidak, apabila konsumen menerima harga tersebut maka produk tersebut akan laku, begitupun sebaliknya apabila konsumen menolaknya maka diperlukan peninjauan kembali terhadap harga jual yang diberikan kepada konsumen. Ada kemungkinan juga jika harga yang ditawarkan memiliki ketidaksesuaian setelah membeli karena produk tersebut terlalu mahal. Harga yang tepat yaitu harga yang sesuai dengan kualitas produk atau kenyamanan pada produk tersebut dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Selain harga yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu adalah citra merek. Citra merek adalah suatu hal yang sangat penting untuk menunjukkan identitas suatu perusahaan, dalam hal ini konsumen akan terbiasa mengenali serta mengingat kembali merek yang ditawarkan.

Perusahaan harus menciptakan citra merek yang lebih menonjol dari pada pesaing, makin sering suatu produk diperkenalkan kepada konsumen dengan memperbaiki dan menjamin kualitas produk maka akan membuat konsumen menjadi lebih loyal dalam menggunakan produk secara berkala atau setidaknya konsumen puas dalam membelinya dengan begitu dapat mempertahankan pangsa pasar dan akan membangun image positif pada konsumen. Oleh karena itu membangun citra merek yang baik sangatlah penting dalam meningkatkan kapasitas pembelian. Menurut Davis dalam Kotler dan Armstrong (2003) memiliki sebuah *brand image* (citra merek) yang kuat merupakan aspek vital bagi setiap perusahaan, karena keunggulan yang bisa didapatkan beraneka ragam, mulai dari

persepsi kualitas yang lebih bagus dan loyalitas merek yang lebih besar hingga margin laba lebih besar dan peluang tambahan untuk perluasan merek

Dalam skripsi ini peneliti akan membahas tentang produk makanan ayam geprek yang berada di Surabaya yaitu "Geprek Benu" yang produk nya kini beredar luas dikalangan masyarakat. Apakah dikarenakan harga produk yang relative lebih murah dari pesaingnya, atau produk yang mereka jual memiliki citra merek yang cukup bagus dan dikenal.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Dari penjelasan diatas penulis dapat merumuskan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan ayam geprek benu di Surabaya?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan ayam geprek benu di Surabaya?
3. Apakah citra merek dan harga berpengaruh secara Bersama – sama (simultan) terhadap keputusan pembelian produk makanan ayam geprek benu di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1 Untuk mengetahui apakah citra merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan geprek benu di Surabaya
- 2 Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan geprek benu di Surabaya
- 3 Untuk mengetahui apakah citra merek dan harga berpengaruh secara Bersama – sama (simultan) terhadap keputusan pembelian produk makanan geprek benu di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi IPTEK

Hasil penelitian ini bisa menjadi penambah pengetahuan keilmuan dan sebagai masukan bagi pengembangan kurikulum di bidang ilmu ekonomi khususnya manajemen dan konsentrasi manajemen pemasaran

b. Bagi Peneliti

Sebagai pertukaran ide secara verbal dan memperluas wawasan bagi kegiatan ilmu manajemen dalam rangka mengelola Manajemen pemasaran, sehingga teori yang telah didapatkan selama perkuliahan dapat diaplikasikan ke dalam instansi yang menjadi rujukan peneliti sebagai bahan kajian ini

c. Khalayak Umum

Bagi khalayak umum penelitian ini diharapkan menjadi metode dan wahana pengetahuan serta wawasan bagi konsumen

d. *Decision Maker*

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian produk ayam geprek benu. Serta referensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi