

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran adalah salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, agar bisa terus berkembang. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun dibidang lain. Selain itu tergantung pula kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan dapat berjalan lancar.

Dalam konsep pengembangan pemasaran selanjutnya berkaitan dengan masalah bagaimana menetapkan bentuk penawaran pada segmen pasar tertentu. Hal ini bisa terpenuhi dengan penyediaan suatu sarana yang disebut *Marketing Mix*. *Marketing mix* ini merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yang efektif untuk mengetahui keinginan konsumen yang ditujukan terhadap manfaat barang yang akan dipasarkan, sehingga dalam hal ini manajemen harus menemukan tentang keinginan yang penting bagi konsumen. Kegiatan-kegiatan ini perlu di kombinasikan dan dikoordinir agar perusahaan dapat melakukan tugas pemasarannya seefektif mungkin. Jadi perusahaan/organisasi tidak hanya memilih kombinasi yang terbaik saja, tetapi juga harus mengkoordinir berbagai macam elemen dari *Marketing Mix* tersebut untuk melaksanakan program pemasaran secara efektif.

Salah satu perusahaan mebel di bangkalan yang masih tetap berdiri hingga sekarang adalah UD. Mebel Jaya Baru, yang bertempat di Jalan Raya Labang, Bangkalan. Ada banyak produk yang di produksi tiap bulannya yang berfokus pada beberapa jenis produk seperti dipan, almari, kursi tamu, sofa dan produk lainnya. Produk mebel yang di produksi kebanyakan menggunakan kayu jati, namun konsumen juga bisa memesan produk yang di inginkan dengan bahan selain kayu jati seperti kayu nangka, kayu mahoni dan lain-lain.

UD. Mebel Jaya Baru mampu memproduksi produk sekitar 9 hingga 13 produk untuk tiap bulannya, namun UD. Mebel Jaya Baru hanya mampu

menjual produk mebel yang sudah dibuat di area bangkalan saja. Hal tersebut karena produk yang di hasilkan oleh UD. Mebel Jaya Baru belum di kenal masyarakat luas, karena kurangnya sistem pemasaran yang dilakukan UD. Mebel Jaya Baru sehingga perusahaan tersebut masih terbilang cukup sulit dalam hal memasarkan dan menjual produk mebel yang dihasilkan ke daerah luar Bangkalan. Dengan demikian, UD. Mebel Jaya Baru masih mempunyai permasalahan yang berhubungan dengan pemasaran.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dilakukan penelitian lebih lanjut guna memecahkan masalah yang ada pada UD. Mebel Jaya Baru yang berhubungan dengan pemasaran dengan penerapan konsep *Marketing Mix*. Sehingga dapat mengetahui pengaruh *Marketing Mix* terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk mebel di UD. Mebel Jaya Baru dengan cara pengambilan sampel menggunakan kuisioner yang kemudian akan dilakukan pengolahan data kemudian di analisa menggunakan *Path Analysis* untuk menjelaskan hubungan antara variabel baik secara langsung maupun tidak langsung, dimana *Path Analysis* mengandung dua komponen pokok, yaitu diagram path dan uraian dari korelasi yang diamati menjadi sejumlah koefisien path yang mewakili path sederhana maupun gabungan.

Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan cara menganalisis hubungan variabel-variabel yang berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap variabel lain yang meliputi *Marketing Mix*, *Satisfaction*, *Attitude* terhadap *Purchase Intention* dengan menggunakan metode *Path Analysis*.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *marketing mix* (4p) terhadap *attitude*.
2. Bagaimana pengaruh *satisfaction* terhadap *attitude*.
3. Bagaimana pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention*.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis pengaruh *Marketing Mix* (4p) terhadap *Attitude*.
2. Menganalisis pengaruh *Satisfaction* terhadap *Attitude*.
3. Menganalisis pengaruh *Attitude* terhadap *Purchase Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini agar dijadikan bahan evaluasi bagi UD. Mebel Jaya Baru untuk melakukan pemasaran yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk mebel di UD. Mebel Jaya Baru, serta meningkatkan jumlah penjualan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

Penelitian hanya dilakukan di Kabupaten Bangkalan yang berfokus pada produk mebel Lemari yang berbahan dasar kayu jati dengan objek penelitian di UD. Mebel Jaya Baru Jalan Raya Labang, Bangkalan.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut akan dijelaskan sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir. Sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan yang berisi tentang latar belakang dan permasalahan, pengertian pemasaran, perumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan yang berhubungan dengan penelitian.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Memuat tentang aspek penting dalam pemasaran, yaitu menjelaskan tentang rencana strategi pemasaran dan teori-teori yang menunjang dalam pembuatan tugas akhir yang dikerjakan.

BAB 3 : METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai sistematika langkah-langkah perancangan awal kerangka berpikir serta teori-teori yang digunakan untuk mendukung penulisan tugas akhir ini. Adapun

teori- teori yang digunakan, yaitu: teori tentang strategi pemasaran, pengumpulan dan pengambilan data, dan sumber informasi yang diperlukan dalam melaksanakan penelitian yang nantinya dapat menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada objek penelitian.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup proses pengumpulan data dan pengolahan data yang nantinya dapat digunakan untuk pemecahan masalah yang diambil serta menganalisa hasil pengolahan yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini berisi tentang simpulan akhir dan saran atas apa yang telah diuraikan pada laporan tugas ahir ini berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, untuk dijadikan masukan serta bahan evaluasi bagi UD. Mebel Jaya Baru untuk melakukan pemasaran guna meningkatkan jumlah penjualan.