

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin cepatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangatlah berpengaruh dalam bidang usaha. Hal ini menjadikan para pengusaha terdorong untuk menghasilkan produk dengan jumlah yang besar serta kualitas yang memuaskan dan dapat diterima baik di kalangan masyarakat. Persaingan di dunia penjualan saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat. Peningkatan ini dapat dilihat dari segi teknologi yang saat ini semakin canggih. Salah satu cara mereka memasarkan produknya dengan memanfaatkan media sosial, media sosial merupakan salah satu langkah yang tepat dalam melakukan pemasaran atau promosi karena hal ini dirasa sangat mudah. Produsen harus memiliki strategi yang baik untuk menghadapi para pesaing. Dalam persaingan yang keras saat ini, banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan juga berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dengan cara menguasai pasar terutama persaingan jajanan jenis makanan seperti roti yang mana sangat banyak peminat khususnya di Kota Nganjuk.

Olivia bakery merupakan salah satu pabrik di bidang roti yang terbilang sukses dalam menjalankan usaha ini. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1997 dan bertahan sampai sekarang. Awalnya perusahaan ini merupakan industri rumahan sederhana dan kemudian berkembang menjadi perusahaan roti yang cukup besar bahkan terkenal di berbagai macam daerah dan perusahaan roti ini sudah

membuka beberapa cabang dikota-kota besar yang ada di Jawa Timur. Roti Olivia yang diproduksi oleh pabrik ini memiliki rasa dan aroma yang khas. Hal inilah yang membuat Roti Olivia berbeda dari roti lain yang beredar dipasaran. Perusahaan roti ini tetap mempertahankan rasa dan kualitas dari roti mereka yang merupakan resep turun temurun, melakukan manajemen produksi yang baik serta melakukan perluasan area pemasaran ke beberapa wilayah di Jawa Timur. Hal inilah yang menyebabkan roti Olivia menarik untuk dipelajari lebih dalam, baik dari proses produksinya bahkan sampai sistem distribusinya.

"Roti merupakan produk makanan yang terbuat dari tepung terigu proses pembuatannya dengan cara fermentasi dengan menggunakan ragi roti dan pengembang lainnya kemudian diolah dengan cara dipanggang (Lestari, 2016)".Makanan roti termasuk makanan pokok di banyak negara Barat dan Pada masa sekarang ini roti menjadi salah satu produk pangan yang digemari oleh masyarakat Indonesia.

"Roti sudah mulai dikenal sebagai makanan sehari-hari terutama digolongan kalangan umum. Hal ini membuktikan banyaknya industri roti baik dalam skala rumahan maupun industri menengah (Lestari, 2016)".

Promosi merupakan kegiatan usaha seseorang unruk mempengaruhi konsumen untuk mengetahui tentang manfaat produk yang ditawarkan. "Promosi dipandang sebagai kegiatan komunikasi konsumen dan produsen,kegiatan ini yang membantu dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran serta mengarahkan dan menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik. Pengambilan keputusan pembelian juga dipengaruhi faktor harga (Purnama

&Permatasari, 2018)". Pengusaha roti menggunakan beberapa strategi promosi dalam upaya meningkatkan penjualan dan produksi rotinya. Strategi pemasaran yang selama ini digunakan oleh toko roti Olivia ini antara lain iklan, promosi, pameran dan sponsorhipdalam sebuah acara/kegiatan.

Promosi yang dilakukan toko roti Olivia ini dengan cara memberikan adanya diskon untuk setiap produk yang mereka jual agar konsumen tertarik dengan produk yang mereka jual.

"Harga juga menjadi faktor yang mempengaruhi secara nyata dan kuat terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitkan dengan keinginan dari apa yang diterima oleh pembeli (Prasetyo, 2018)". Dari pandangan konsumen, harga beberapa kali digunakan sebagai indikator nilai yang mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat suatu barang tau jasa. Harga dapat mempengaruhi kinerja finansial dan memiliki pengaruh penting terhadap persepsi pembeli. Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah barang beserta pelayanan dari suatu produk

Menurut (Keller, 2012) "Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai hak atas label yang ada di dalam kumpulan pilihan". Prasetyo, (2018) mengatakan "tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan)". Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa ada konsumen yang mempunyai keterlibatan tinggi dalam pembelian suatu produk atau jasa, dan ada juga konsumen yang mempunyai keterlibatan yang rendah atas pembelian suatu produk atau jasa.

Berdasarkan analisis diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap keputusan pembelian ditoko roti olivia cabang nganjuk dan dapat dilihat juga bahwa terdapat kaitan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Untuk itu penulis melakukan penelitian mengenai : "**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PADA TOKO ROTI OLIVIA**".

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Roti Olivia cabang Nganjuk ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembeli di toko Roti Olivia cabang Nganjuk ?
3. Apakah promosi dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Roti Olivia cabang Nganjuk ?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penulis hanya membatasi penelitian ini pada masalah yang berhubungan dengan pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembeli pada toko Roti Olivia Cabang Nganjuk.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Roti Olivia cabang Nganjuk

2. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Roti Olivia cabang Nganjuk
3. Mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian Roti Olivia cabang Nganjuk

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan memperluas wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan serta sebagai wadah dalam penerapan ilmu-ilmu yang di perolehnya selama perkuliahan.

2. Bagi Penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori yang ada, mengenai perilaku konsumen khususnya mengenai keputusan pembelian “Roti Olivia”

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan perusahaan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan dan kebijakan harga untuk lebih meningkatkan tingkat penjualan

4. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi serta dapat memberikan sumbangan konsep pemecahan masalah yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga dapat digunakan sebagai referensi oleh peneliti-peneliti yang tertarik pada masalah terkait.