

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan usaha bisnis donut di Lampung saat ini semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Persaingan yang timbul pada perusahaan-perusahaan tersebut agar suatu perusahaan dapat terus dan memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mengadakan peningkatan di bidang pemasaran. Peningkatan kegiatan di bidang pemasaran harus dilaksanakan secara terencana, dengan kata lain, perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat. Perubahan lingkungan perusahaan terutama faktor pesaing yang mampu menghasilkan produk yang sama, menyebabkan banyak perusahaan berorientasi pada konsumen. Perusahaan dituntut untuk memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya dengan menawarkan atau menjual produk yang berkualitas serta pelayanan yang baik terhadap pelanggannya. Perusahaan akan berkesempatan untuk mendapat keuntungan dibandingkan dengan pesaing apabila melakukan hal tersebut. Kebutuhan konsumen akan sandang, pangan dan papan merupakan kebutuhan primer yang sifatnya wajib untuk dipenuhi. Sampai saat ini donuts sering dijadikan sebagai camilan yang praktis dan biasa disantap saat sedang santai. Selain itu bentuknya yang unik dengan lubang ditengah, juga menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Konsumen donuts meliputi semua kalangan, bahkan donuts populer tidak hanya di Indonesia saja. Kenikmatan donuts juga digemari para konsumen di berbagai negara, karena donuts merupakan salah satu roti yang praktis dengan bentuk yang unik. Donuts yang nikmat dapat membuat anak – anak hingga orang tua pun, menyukai donuts. Kue dengan bentuk bulat dan bolong di tengahnya ini, telah populer dikalangan masyarakat dari dulu sampai sekarang. Mulai dari donuts yang dijual di pasar hingga donuts yang

bermerk terkenal seperti Dunkin's Donuts atau Donuts Jco selalu diserbu oleh para konsumen.

Minat pasar yang semakin meningkat, pengusaha donuts pun makin mengembangkan usaha tersebut dengan inovasi baru dalam setiap donuts yang mereka ciptakan. Menarik para konsumen dapat melalui menu donuts dikreasikan dengan bentuk baru seperti sate donuts, donuts bakar, donuts rendah kalori, ataupun membuat kreasi donuts dengan bentuk figure kartun anak – anak, memberikan nilai lebih pada produk donuts bukan hanya penampilannya saja yang dibuat menarik, hal penting yang tidak boleh dilupakan yaitu memperhatikan kualitas rasa donuts yang dipasarkan, karena bagaimanapun kualitas rasa menjadi jaminan utama kepuasan konsumen. Kemasannya agar terlihat lebih menarik dapat menggunakan plastik kemasan dilengkapi dengan label merek donuts ataupun menggunakan box cantik yang menarik untuk donuts paket lusinan. Variasi rasa dan kemasan yang menarik, kualitas bahan yang digunakan juga harus diperhatikan mutunya untuk menghasilkan donuts dengan rasa yang berkualitas. Perkembangan dunia bisnis setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhannya dan keinginan para konsumennya, sehingga perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dan dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa. Di Lampung banyak para penjual donut kreatif dengan tingkat saingan yang sangat tinggi, sekarang sudah banyak pengusaha donut dengan produk yang beraneka ragam. Ketatnya persaingan donut di Bandung kini banyak membuka cabang-cabang agar lebih memudahkan masyarakat untuk melakukan pembelian.

Strategi bauran pemasaran yang ditetapkan oleh Dunkin Donuts Bandar Lampung yaitu Produk, mempunyai bentuk-bentuk unik di luar ciri khas donut yang bundar dan berlubang mulai bermunculan. Masing-masing produk Dunkin' Donuts

dinamai secara kreatif. Hal ini dilakukan untuk menciptakan suatu keunikan dan mudah untuk diingat.

Price, harga yang ditawarkan relatif lebih murah untuk jenis makanan Donat dengan ciri khas bundar dan memiliki banyak varian rasa. Dalam pengertian strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Promosi, program dengan adanya pesan singkat (SMS) dari Dunkin Donuts yang dikirim ke pengguna Telkomsel. Sms dikirim setiap harinya untuk mengingatkan konsumen agar membeli produk Dunkin' dengan promosi beli 6 gratis 6. Promosi merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen, dapat diketahui dengan cara respon para konsumen atas promosi yang nyata mereka terima atau peroleh dengan promosi yang sesungguhnya mereka harapkan dan inginkan. Promosi yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan keputusan pembelian.

Gambar. 1.1

Sms Dunkin' Donuts yang dikirim ke pengguna Telkomsel



Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan promosi apabila perusahaan melakukan kualitas produk yang baik, menetapkan harga yang tepat dan promosi melalui social media maka akan dapat menarik perhatian

konsumen. Melihat ketatnya persaingan donuts di kota lampung setiap produsen donuts berlomba-lomba melakukan peningkatan kualitas produknya, menetapkan harga yang terjangkau bagi konsumen dan melakukan promosi melalui social media guna menciptakan kemampuan perusahaan yang bagus di mata masyarakat.

Tabel 1.1

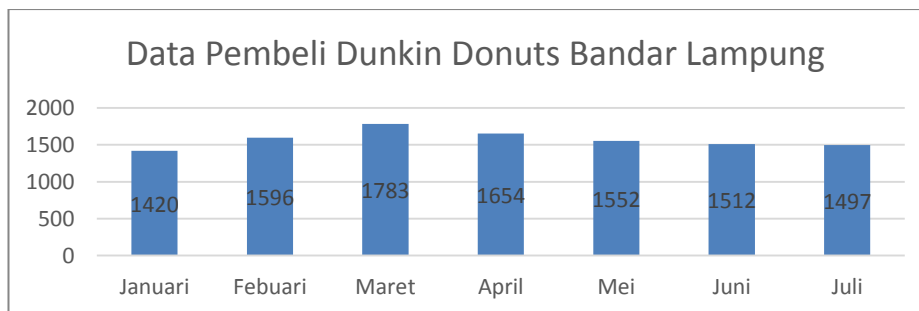
Data Pembeli di Gerai Dunkin Donuts Bandar Lampung

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pembeli</b>
Januari	1420
Februari	1596
Maret	1783
April	1654
Mei	1552
Juni	1512
Juli	1497
<b>Total</b>	<b>11014</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1573</b>

*Sumber : Dunkin Donuts Bandar Lampung.*

Tabel 1.1 menunjukkan keputusan pembelian pada bulan januari sebanyak 1.420 orang pembeli, pada bulan februari dan maret keputusan pembelian mengalami kenaikan menjadi 1.596 dan 1.783 hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, harga dan promosi. Hal ini bisa juga disebabkan oleh kualitas produk Dunkin Donuts baik tampilan menarik dan rasanya enak. Harga untuk Dunutsnya sendiri sangat murah hanya RP. 9.500-15.000. Promosi dan diskon yang dilakukan oleh Dunkin Donuts dengan Beli 6 gratis 6 yang membuat konsumen tertarik dengan adanya diskon tersebut. Sedangkan pada bulan april, mei, juni dan juli keputusan pembelian mengalami penurunan menjadi 1.654, 1.552, 1.512, dan 1.497. Hal ini diakibatkan karna terjadinya penurunan produktivitas daya beli masyarakat, konsumen merasa bosan dengan varian rasa yang sedikit dan tidak tahan lama dalam pengkonsumsian.

Gambar 1.1



***Sumber : Dunkin Donuts Bandar Lampung.***

Dari Gambar 1.1 menunjukkan bahwa konsumen Dunkin Donuts menilai kualitas produk, harga dan promosi belum sesuai dengan keinginan atau harapan konsumen. Hal tersebut mengakibatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk Dunkin Donuts menurun dan berpengaruh terhadap penurunan penjualan di Dunkin Donuts Bandar Lampung. Konsumen berpendapat bahwa kualitas produk Dunkin Donuts belum memenuhi kebutuhan mereka dan harga yang ditawarkan juga tidak sesuai dengan manfaat yang didapatkan serta promosi melalui sms yang dilakukan oleh Dunkin Donuts kurang maksimal.

Asumsi yang dipakai peneliti adalah semakin berkualitas suatu produk, harga dan promosi maka akan dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan, maka dengan demikian akan menarik minat beli konsumen dan akhirnya melakukan keputusan pembelian, berdasarkan fenomena-fenomena diatas judul penelitian ini adalah **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Dunkin’ Donuts Bandar Lampung”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut ;

1. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts di Bandar Lampung ?
2. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts di Bandar Lampung ?
3. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts di Bandar Lampung ?
4. Adakah pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts di Bandar Lampung ?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1. Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang dan membeli produk Dunkin' Donuts di Bandar Lampung.

#### **2. Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts di Bandar Lampung.

#### **3. Ruang Lingkup Lokasi**

Ruang lingkup lokasi penelitian ini adalah di Jalan Zaenal Abidin Pagar Alam No.28, Labuhan Ratu, Kedaton, Labuhan Ratu, Bandar Lampung, Kota Bandar Lampung, Lampung 35132.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts di Bandar Lampung.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts di Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts di Bandar Lampung.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Bagi Perusahaan  
Sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen untuk pembuatan keputusan dalam rangka peningkatan penjualan.
2. Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya  
Memberikan kontribusi atas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam produk restoran siap saji.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi Pada bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah masalah penelitian.

#### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan dengan diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

#### **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil observasi yang telah dituangkan kedalam bab sebelumnya dan saran-saran yang berguna kepada perusahaan dan dianggap perlu dalam penelitian.