

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis di Indonesia sangat cepat bila dibandingkan dengan negara-negara lainnya, Indonesia saat ini menempati posisi kelima besar diantara dua ratus negara berkembang (Kompas.com, 2019). Suatu bisnis dalam perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yang sesuai dengan jenis usaha yang dikelolanya agar bisnis tersebut dapat berkembang. Perkembangan tersebut dapat dilakukan dengan cara memberikan atau menciptakan suatu keunikan produk dan promosi yang diharapkan agar konsumen merasa tertarik untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

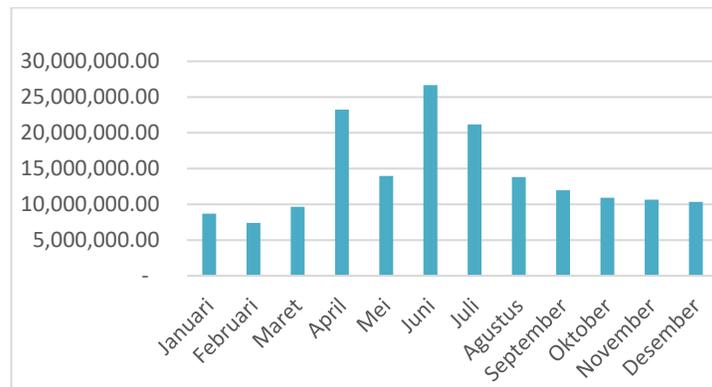
Seiring dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam kaitannya dengan makanan atau minuman, hal tersebut menjadi semakin beragam. Perubahan nilai budaya masyarakat sosialis kini menjadi lebih individualistis, terutama masyarakat perkotaan dengan jadwal padat dan mobilitas tinggi, mengakibatkan masyarakat perkotaan membutuhkan tempat untuk bersantai setelah beraktivitas seharian. Tingkat rutinitas masyarakat yang cukup tinggi. Dengan kehidupan yang sibuk dan mobilitas yang tinggi, penduduk kota membutuhkan sedikit waktu luang untuk melepas penat setelah menjalani kehidupan sehari-hari.

Peps Gelato yang berada di Jl RE Martadinata No.100, Kepatihan, Kec. Jombang. Kab. Jombang merupakan Peps Gelato pertama yang ada di Jombang. Peps Gelato menyediakan tempat yang nyaman dan juga hidangan yang menyegarkan. Gelato dan es krim sendiri sama-sama mengandung lemak dan gula. Namun, gelato mengandung lebih banyak susu daripada krim, dan

gelato umumnya tidak mengandung kuning telur. Sedangkan es krim mengandung kuning telur, lebih banyak krim, dan lebih sedikit susu.

Gambar 1.1

Grafik Penjualan Peps Gelato 2020



Sumber : Peps Gelato

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa pendapatan Peps Gelato Jombang mengalami naik turun selama tahun 2020. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa ketertarikan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian masih berkurang. Salah satu strategi pemasaran yang dapat meningkatkan ketertarikan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu dengan memperkuat keunikan produk dan memberikan promosi penjualan yang menarik konsumen.

Menurut Amstrong (2001) keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar ingin membeli suatu produk. Maka, Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen membuat keputusan pembelian untuk produk yang ingin mereka beli. Menurut Kotler (2008) keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen yang ingin membeli atau tidak terhadap suatu produk. Pelaku usaha harus menghasilkan kinerja yang baik untuk meningkatkan profitabilitas usaha agar keberlangsungan bisnisnya terjaga.

Menurut Rosnani (2009) keunikan produk merupakan mengidentifikasi barang atau jasa

tertentu yang dapat menimbulkan persepsi seseorang terhadap barang atau jasa tersebut. Faktor keunikan menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, konsumen cenderung membeli produk yang mempunyai keunikan tersendiri tidak terkecuali dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keunikan dianggap penting karena keunikan membuat produk menjadi berbeda dari produk pesaing. Keunikan produk dapat menjadi nilai lebih bagi perusahaan karena memiliki suatu keunggulan dari pesaing. *Product uniqueness* dari Peps Gelato Jombang yaitu setiap hari menyajikan berbagai macam rasa berbeda setiap harinya antara lain, seperti bengbeng, black forest, rainbow, piscok, greentea, es teler, kayu manis, pandan. Selain itu Peps Gelato Jombang menyediakan pilihan tempat gelato yaitu cone dan cup. Serta konsumen dapat memilih topping sendiri, dimana dengan memilih topping sendiri dapat menarik pembeli.

Keberlangsungan bisnis dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor eksternal yang dianggap cukup berpengaruh pada keuntungan sebuah bisnis adalah dengan keberadaan pesaing Freeman (2007). Terdapat beberapa cafe yang menyajikan menu serupa bahkan memiliki spesifikasi bersaing yang hampir sama, memungkinkan munculnya kejenuhan pasar. Kejenuhan pasar ini akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Konsumen yang merasa jenuh akan mengurangi frekuensi pembelian terhadap suatu produk. Oleh karena itu, banyak cafe yang berlomba-lomba menciptakan ciri khas atau keunikan agar memiliki nilai tersendiri bagi pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah promosi. Menurut Kotler dan Keller (2009) promosi adalah berbagai cara untuk mempromosikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang ditawarkan.

Menurut Tjiptono (2015) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada

upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk bisnis. Promosi merupakan faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran suatu perusahaan. Meskipun produk sangat berkualitas, namun konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak mengenal produk yang ditawarkan itu tidak akan ada gunanya. Sebab dengan promosi konsumen akan lebih cepat mengenal serta dapat tertarik pada produk yang ditawarkan. Promosi yang digunakan oleh Peps Gelato Jombang ada dua yang pertama promosi langsung dengan memberikan tester gelato terlebih dahulu pada konsumen dan promosi tidak langsung dengan melalui sosial media seperti *facebook, instagram, web*.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Product Uniqueness* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Peps Gelato Jombang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Product Uniqueness* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Peps Gelato Jombang?
2. Apakah Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Peps Gelato Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Product Uniqueness* terhadap Keputusan Pembelian di Peps Gelato Jombang.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Peps Gelato Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Sebagai dasar penyusunan penelitian ini agar memperoleh data yang akurat. Dari penelitian ini diharapkan dapat memperoleh ilmu pengetahuan di bidang pemasaran dan sebagai salah satu bekal dan teori yang didapat selama perkuliahan.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai acuan bagi pengusaha dalam bidang makanan maupun minuman khususnya yang membuka cafe, khususnya *Product Uniqueness* dan Promosi di masa mendatang

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ditetapkan supaya penelitian terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan penelitian tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini dibatasi masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini akan difokuskan pada Pengaruh *Product Uniqueness* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Peps Gelato Jombang.
2. Penelitian ini akan dilakukan pada konsumen Peps Gelato Jombang.