

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mampu menghadapi para pesaing perusahaan sejenis yang semakin banyak bermunculan saat ini. Untuk mengatasi persaingan tersebut maka perusahaan memerlukan kegiatan pemasaran yang efektif dan optimal. Salah satu kegiatan yang cukup efektif dan optimal adalah dengan mengadakan promosi.

Promosi penjualan adalah salah satu cara produsen dalam membujuk konsumen untuk melakukan pembelian. Dan hal ini menjadi penting karena promosi termasuk di dalam salah satu bauran pemasaran (marketing mix). Promosi termasuk senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Promosi menjadi salah satu variabel pemasaran yang dapat digunakan oleh konsumen sebagai acuan dalam memilih barang atau jasa yang diinginkan. Baru-baru ini Burger King memberikan produk burger king secara gratis untuk tenaga kesehatan, ditengah pandemi seperti ini memberikan kesan baik terhadap calon konsumen. Selain itu, Burger king tetap memberikan pelayanan drive thru, atau pemesanan via online karena dilarangnya untuk melayani makan di tempat sementara ini. Dan untuk pemesanan drive thru Burger King tetap memberikan promosi harga baik itu dengan potongan harga, menu paket yang murah atau serba sepuluh ribu/item dan juga memberikan gratis ongkir untuk pembelian via online. Dimana bisa diasumsikan calon konsumen semakin tertarik dengan promosinya

Keterkaitan promosi dan keputusan pembelian adalah suatu cara mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk atau jasa yang mengajak konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Promosi merupakan alat pemasaran, dimana baik perusahaan ataupun sales perusahaan berusaha membujuk, menginformasikan dan mengingatkan konsumen tentang produk dan merek

yang dijual. Bagian penjualan atau pemasaran dari sebuah perusahaan ingin mengembangkan promosi untuk menginformasikan mengenai produk mereka sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membelinya.

Dengan semakin banyaknya café atau resto yang bervariasi dan mudah dijumpai di berbagai tempat strategis di daerah Bekasi Utara, maka keberadaan cafe dan resto dengan pengelolaan yang menarik di tengah masyarakat semakin penting. Persaingan yang ketat dalam bidang kuliner di Bekasi Utara juga menyebabkan banyaknya café dan resto yang menyajikan berbagai variasi masakan, bahkan ada yang menyajikan menu masakan luar negeri seperti masakan Jepang, Korea, Amerika, dan negeri-negeri eropa dewasa ini dikelola secara professional mengikuti selera orang Indonesia. Hal ini menjadikan banyaknya pesaing bisnis kuliner di domestik, sehingga perlu dikelola secara professional agar mampu bersaing dengan cafe dan resto lain dalam melayani konsumen dan mengajak konsumen untuk melakukan pembelian.

Selain promosi, harga juga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Sebab itu penetapan harga yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian berlanjut atau berulang. Sebelum menetapkan harga jual perusahaan harus mengetahui tujuan dari penetapan harga itu sendiri, apabila tujuannya sudah jelas maka penetapan harga akan dengan mudah dilakukan.

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses keputusan yang diawali oleh pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk atau jasa yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhan. Dalam melakukan pembelian, konsumen bebas memilih produk apa yang ingin dibelinya. Oleh karena itu perusahaan harus bisa mengatur strategi agar konsumen tertarik dengan apa yang kita tawarkan. Misalnya saja dengan memberikan informasi yang jelas, seperti nama produk, harga produk, kegunaan dan sebagainya.

Dari uraian diatas peneliti ingin mengetahui bagaimana harga produk dan promosi di Burger King Summarecon Bekasi, sejauh mana dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul skripsi :

“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BURGER KING SUMMARECON BEKASI”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yang akan dibahas adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh antara promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di Burger King Summarecon Bekasi?
2. Apakah terdapat pengaruh antara harga produk terhadap keputusan pembelian di Burger King Summarecon Bekasi?
3. Apakah terdapat pengaruh antara promosi penjualan dan harga produk terhadap keputusan pembelian di Burger King Summarecon Bekasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di Burger King Summarecon Bekasi
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian di Burger King Summarecon Bekasi
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian di Burger King Summarecon Bekasi

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Secara garis besar penelitian ini bermanfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang hubungan antara promosi penjualan dan harga dengan keputusan

pembelian konsumen, sehingga dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

2. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi penulis, serta menyalurkan ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan

3. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat terutama dibidang pemasaran tentang pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian. Serta memberi manfaat untuk masyarakat agar mengetahui resto yang harganya cukup terjangkau, lokasi strategis, kualitas pelayanan yang baik dan juga promosi yang terus-terusan diberikan oleh resto tersebut.

1.5 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah diatas maka perlu adanya batasan masalah agar dalam penelitian pembahasan dapat mencapai sasaran yang diharapkan dan tidak melebar serta terarah. Oleh sebab itu tulisan ini hanya terfokus pada promosi penjualan dan harga produk yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian pada Burger King Summarecon Bekasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini, maka secara umum penelitian ini dibuat dalam beberapa bab, yaitu :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang uraian latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori penunjang penelitian, dilengkapi dengan penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang bagaimana penelitian ini akan dilaksanakan yang disertai dengan jenis dan sumber data serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang profil perusahaan serta pembahasan dan hasil mengenai penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan implikasi manajerial serta saran-saran untuk pihak terkait.

