

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan membuat masyarakat sadar akan pentingnya berwirausaha. Maka, banyak organisasi yang membangun UMKM-UMKM baru untuk penghasilan barang atau jasa. Salah satunya adalah UMKM salad buah di Bekasi Timur (Ummi Hanif) yang bergerak dalam bidang pengolahan pangan.

Pada dasarnya harapan minat konsumen sesuai dengan mengalami perubahan cenderung dalam untuk meningkat dari waktu ke waktu maka untuk melakukan bisnis perlu mengadakan riset pemasaran.

Dalam sebuah usaha dalam mengetahui produk yang sebenarnya di butuhkan atau diinginkan oleh konsumen. Konsumen setiap mengambil keputusan pembeli dalam setiap produk yang ingin ditawarkan dapat dipengaruhi oleh Strategi Pemasaran Mix yaitu *price, product, promotion, place (marketing mix)*, yang di tetapkan oleh sebuah perusahaan UMKM selama ini.

citra merek yang merupakan penyatuan terhadap perasaan orang yang ingin membeli produk tersebut di perusahaan . membuat nilai terhadap sebuah merek itu ada berdasarkan evaluasi pelanggan (positif atau negatif), dan pelanggan potensial.

Harga yang merupakan setiap melakukan pembelian, maka semakin tinggi harga produk yang ditawarkan maka keputusan pembelian semakin rendah pembelian produk yang ditawarkan , sebaliknya jika harga produk yang ditawarkan sangat rendah maka keputusan pembelian akan semakin tinggi dalam membeli produk yang ditawarkan (Kotler dan Armstrong), para pebisnis.

Data Penjualan mengalami peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Salah satu nya salad buah Umami Hanif. Teletak di Perumahan Blok P 26 no 2 Rt 003/ Rw 030

Tabel 1.1 Data Penjualan

Tahun	cup	jumlah box	harga box	Nilai total	Jmlah Petahun
2017	400 mil	50	25.000	Rp 1.250.000	Rp 18.500.000
	650 mil	150	35.000	Rp 5.250.000	
	1.000 mil	200	60.000	Rp 12.000.000	
2018	400 mil	100	25.000	Rp 2.500.000	Rp 24.500.000
	650 mil	200	35.000	Rp 7.000.000	
	1.000 mil	250	60.000	Rp 15.000.000	
2019	400 mil	150	25.000	Rp 3.750.000	Rp 35.250.000
	650 mil	300	35.000	Rp 10.500.000	
	1.000 mil	350	60.000	Rp 21.000.000	
2020	400 mil	200	25.000	Rp 5.000.000	Rp 46.000.000
	650 mil	400	35.000	Rp 14.000.000	
	1.000 mil	450	60.000	Rp 27.000.000	

Sumber : Dari Tempat Salad Buah Umami Hanif

Word Of Mouth yaitu setiap komunikasi untuk menghasilkan percakapan yang sangat baik. Seseorang hanya bertanya kepada orang lain, mengenai kualitas pada barang atau jasa sebelum mereka untuk memutuskan membeli produk tersebut, karena itu word of mouth dapat mempengaruhi sebuah keputusan pembelian terhadap barang atau jasa tersebut.

Salad buah Umami Hanif merupakan bisnis UMKM yang berada di Dukuh Zambrud blok P. Salad buah merupakan usaha bisnis kuliner makanan yang berjenis buah-buahan. Salad buah termasuk golongan banyak peminat yang menyukai buah-buahan. Persaingan bisnis dalam UMKM salad buah sudah banyak dikenal masyarakat sehingga pebisnis UMKM berkompetisi untuk memproduksi produknya.

Fenomena yang dapat dilihat dari lingkungan sekitar dapat dilihat dari persaingan UMKM. Dimana banyak sekali masyarakat yang berlomba-lomba untuk menjual produknya kepada konsumen, sama halnya dengan bisnis UMKM salad buah Umami Hanif. Salad buah Umami Hanif terus mempertahankan produknya dari persaingan-persaingan yang berada

dilingkungan sekitar Dukuh Zambrud. Sehingga dapat kita amati bagaimana merk Salad Buah Ummi Hanif terus menstabilkan usahanya sehingga dapat mempertahankan produknya melalui media promosi hingga saat ini.

Untuk mempertahankan dalam sebuah persaingan usaha dengan memperhatikan bidang sebuah bidang pemasaran. Pemasaran juga dianggap sebagai sebuah faktor yang sangat penting dalam menunjang penjualan dalam sebuah usaha dan bisnis dalam UMKM yang di jual. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulisan dalam melakukan penelitian berjudul : ***“Analisis Citra Merek, Harga, dan Word OfMouth Terhadap KeputusanPembelian Pada Salad Buah Ummi Hanif (Studi Kasus Pada Warga RT003/RW 030)”***

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Salad Buah Ummi Hanif ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Salad Buah Ummi Hanif ?
3. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Salad Buah Ummi Hanif ?
4. Apakah Citra Merek, Harga, *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Salad Buah Ummi Hanif ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada Salad Buah Ummi Hanif
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Salad Buah Ummi Hanif
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Salad Buah Ummi Hanif
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra merek, harga, *word of mouth* produk terhadap keputusan pembelian pada Salad Buah Ummi Hanif

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penelitian

Saran untuk menerapkan teori yang di peroleh selama kuliah di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya kedalam kenyataan yang sebenarnya , untuk mengembangkan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Khususnya di Bidang Marketing, dan dapat dijadikan bahan tambahan referensi bagi para peneliti yang berniat untuk meneliti masalah yang sama pada masa akan datang.

2. Bagi Tempat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat menjadikan dan memberikan kontribusi dalam menentukan strategi pemasaran yang signifikan dalam mengopimalkan usaha untuk kesejahteraan.

3. Bagi Universitas dan tempat instusi

Dapat digunakan sebagai referensi dimasa yang akan datang, dapat memberikan manfaat bagi peneliti dalam melakukan penelitian dengan permasalahan yang di bahas dalam penelitian ini.

1.5 Batasan Masalah

Untuk menghindari kesalah pahaman pada latar belakang diatas dengan presepsi masalah dan agar permasalahan tidak meluas, maka pembatasan masalah ini berfokus pada citra merek, harga dan word of mouth yang paling dominan dan mempengaruhi keputusan pembelian

1.6 Sistematika Masalah

Untuk memahami penulisan penelitian ini, sistematik penulisan dilakukan dengan menjelaskan secara rinci keseluruhan bab yaitu sebagai berikut:

BAB IPENDAHULUAN

Terdiri dari 6 sub bab adalah : latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika masalah

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab tinjauan pustaka terdiri dari empat sub bab yaitu : variabel – variabel , penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan Hipotesis

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab metodologi penelitian secara garis keseluruhan yang berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, jenis data, sumber data, dan teknik pengolahan yang digunakan

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab analisis dan pembahasan ini dapat diuraikan dalam sebuah analisis data dan hasil pengujian hipotesis dalam beberapa uji yang telah dilakukan dalam sebuah penelitian

BAB V PENUTUP

Dalam bab penutup ini berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial.