

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis minimarket Indomaret sebenarnya bermula berdasarkan pemikiran buat mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari - hari bagi para karyawan PT Indomarco Prismatama yang berlokasi di Ancol, Jakarta Utara. Lantas, di tahun 1988, didirikan gerai yang diberi nama Indomaret. Sejalan dengan pesatnya operasional gerai tersebut, PT Indomarco Prismatama pun tertarik mendalami dan memahami aneka kebutuhan serta perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodir hal itu, beberapa karyawan ditugaskan juga untuk mengamati maupun meneliti perilaku berbelanja masyarakat.

Sehingga PT Indomarco Prismatama membuat Roti Mr. Bread yang berskala menengah, dan selalu berusaha untuk meningkatkan produksi serta mutu yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pasar. Untuk dapat mencapai produk yang berkualitas baik maka PT Indomarco Prismatama memperhatikan beberapa hal, baik dari segi kualitas dan bahan baku, peralatan, metode, sumber daya manusia, maupun lingkungan. Beberapa varian roti Mr. Bread yaitu :

Roti adalah makanan pokok yang dibuat dengan mencampurkan tepung terigu dan ragi. Roti sudah berkembang di Indonesia sejak zaman Belanda menduduki wilayah Indonesia dan berkembang hingga sekarang. Dengan berkembangnya zaman, roti mengalami perubahan dari rasa dan bentuk. Roti merupakan makanan yang cukup lama di Indonesia karena pengaruh dari penjajah yang duhulunya mengkonsumsi roti. Saat ini roti menjadi makanan favorit masyarakat Indonesia setelah nasi, dan mie yang merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia. Kebanyakan masyarakat yang tinggal di perkotaan yang mengkonsumsi roti karena cenderung sibuk dan aktif dalam berkegiatan sedangkan dipedesaan yang lebih menyukai nasi. Roti disukai oleh berbagai kalangan, baik kalangan dewasa maupun anak- anak.

Tabel 1. 1 Jenis dan Harga Roti Mr.Bread

Varian	Harga
 Roti Tawar Tebal	Rp 16.500
	Rp 9.000
 Mr. Bread Abon Ayam Mayo Pedas	Rp 9.000
 Roti Sisir Klasik Cokelat	Rp 10.000
 Roti Kasur Choco Banana	Rp 14.500
 Roti Sisir Klasik Margarin Gula	Rp 10.000
 Roti Sandwich Krim Keju	Rp 5.000

	Mr. Bread Roti Kasur 4'S Coklat Keju	Rp 14.500
	Mr. Bread Roti Tawar Gandum Multiseed	Rp 18.000
	Mr. Bread Roti Kasur	Rp 14.500
	Mr. Bread Roti Tawar	Rp 15.500
	Mr. Bread Roti Tawar 4'S Choco Chips	Rp 10.000
	Mr. Bread Roti Kasur 6'S Coklat	Rp 17.500
	Mr. Bread Roti Kasur 6'S Kombinasi	Rp 17.500
	Mr. Bread Roti Tawar Kupas	Rp 16.000
	Mr. Bread Roti Tawar Classic	Rp 15.000

	Mr. Bread Roti Kasur 4'S Pandan Coklat Srikaya	Rp 14.500
	Mr. Bread Roti Manis Sobek Keju	Rp 14.500

Klik Indomaret <https://www.klikindomaret.com/brand/mrbread> 14/04/22

Namun akhir - akhir ini masyarakat cenderung membeli makanan dengan memperhatikan rasa, dan gizi yang ada dalam makanan tersebut sebagai kualitas produk yang dipertimbangkan, kemudian baru memikirkan harga. Karena itu, roti sekarang menjadi pilihan makanan ringan, berdasarkan dari segi rasa, roti menawarkan cukup banyak rasa yang ditawarkan dan enak, dari segi gizi juga memenuhi kebutuhan gizi manusia, dan segi harga, roti mudah dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat.(Intan, 2020)

Berubahnya pola konsumsi masyarakat menjadi peluang bagi perusahaan untuk membuat produk Roti yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Banyaknya perusahaan makanan cepat saji yang ingin menarik minat konsumen untuk membeli produk mereka, menjadikan persaingan bisnis semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk mampu menarik banyak konsumen agar membeli produk yang dipasarkan, oleh karena itu mereka saling mencari dan memperbaiki factor - faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Sejalan dengan hal tersebut, dalam memasarkan suatu produk penataan display produk adalah cara yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dengan cara menarik perhatian konsumen melalui penglihatan untuk melakukan pembelian. Mr. Bread juga menawarkan berbagai varian dan harganya juga sangat terjangkau, mudah dijumpai di setiap gerai Indomaret, dan selalu ada promosi beli 1 gratis 1. Roti yang empuk dan lembut, serta cukup padat sehingga bisa mengganjal perut saat lapar.

Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah Brand. Brand adalah identitas yang terdiri dari logo, kemasan, dan nama yang berbeda. Brand

dinilai sangat penting karena memudahkan konsumen dalam mengenali merek tertentu, brand juga berfungsi untuk melindungi produk dari kompetitor yang memproduksi barang sejenis. Sehingga terdapat suatu merek yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang. Serta kecenderungan konsumen melalui pengalaman menggunakan produk maupun akan memilih produk yang telah dikenal baik berdasarkan informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber. *brand image* merupakan aspek yang perlu dijaga konsistensinya hingga jangka panjang, hal tersebut demi menciptakan persepsi produk yang baik di masyarakat.

Dalam membeli produk makanan konsumen juga memperhatikan kualitas produk. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk yang fungsinya mempertimbangkan berbagai aspek seperti keandalannya, daya tahan yang dimilikinya, nilai kemudahannya, kebutuhannya, dan nilai-nilai lainnya yang juga perlu diperhatikan.

Sebelum konsumen memilih produk mana yang akan dibeli terlebih dahulu biasanya mereka membandingkan produk yang satu dengan produk lain yang sejenis. Keputusan pembelian merupakan pemikiran individu untuk mengevaluasi berbagai pilihan dan menentukan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Menurut Kotler & Amstrong (2014) dalam keputusan pembelian tahap proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Tjiptono (2011: 235), faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan yaitu ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen sesudah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk tersebut memberi nilai tambah.

Menurut Suharno (2010), menyatakan bahwa keputusan pembelian ada tahap di mana pembeli sudah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya. Konsumen mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan. Selanjutnya konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkannya jika sudah disadari adanya kebutuhan dan keinginan, maka. Proses pencarian informasi ini dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan

produk yang diinginkan, dari informasi – informasi yang diperoleh konsumen melakukan seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas, penulis sudah melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh *Brand image* Dan Kualitas Produk Mr. Bread Indomaret Terhadap Keputusan Pembelian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan perumusan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang dikemukakan penulis sebagai dasar penelitian adalah :

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mr. Bread ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mr. Bread ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah secara rinci sebagai berikut :

1. Penelitian dibatasi pada variable *brand image*, kualitas produk, dan keputusan pembelian Mr. Bread di Indomaret
2. Penelitian dibatasi pada orang – orang yang mengkonsumsi Mr. Bread di Indomaret Kawasan Industri Pulogadung Jakarta Timur

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan peneliti melakukan penelitian adalah

1. Untuk mengetahui apakah *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mr. Bread
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mr. Bread
3. Untuk mengetahui apakah *brand image* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis

1. Mempermudah mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan objek yang sama, sehingga penelitian yang dilakukan selanjutnya menjadi lebih valid

2. Menambah wawasan, pengetahuan serta ilmu pemasaran kepada mahasiswa
Manfaat praktis

1. Bagi perusahaan

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat membantu perusahaan PT Indomarco Prismatama untuk dijadikan solusi guna memecahkan masalah yang dihadapi terutama mengenai *brand image*, dan kualitas terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian

2. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan menjadikan peluang untuk mempraktekan ilmu teori yang diperoleh ke dunia pemasaran sebenarnya

3. Bagi Pihak Lain

Dapat digunakan sebagai refrensi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian yang sejenis dimasa yang akan datang

1.6 Sistematika Penulisan

Penyajian laporan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan terdapat pada BAB I ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penjelasan mengenai pengertian *brand image*, indikator *brand image*, pengetian kualitas produk, faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas produk, keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis terdapat pada BAB II ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Penjelasan mengenai jenis penelitian, metode pengumpulan data, Teknik analisis data, regresi linier berganda, uji hipotesis, data penelitian ini terdapat pada BAB III ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Penjelasan mengenai hasil – hasil dari penelitian, mulai dari penyebaran dan pengumpulan kuesioner, indentitas responden, uji kualitas data, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinierlitas, uji heteroskedatisitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, uji T, dan Uji F.

BAB V PENUTUP

Penjelasan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dan Implikasi Manajerial yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak.

