

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Donat merupakan salah satu makanan selingan atau kudapan yang cukup populer di Indonesia. Donat (*doughnuts* atau donut) adalah jenis roti yang proses memasaknya dengan cara digoreng dan memiliki bentuk khas dengan lubang di tengah seperti cincin atau berbentuk bola jika diisi sesuatu. Donut menjadi pilihan masyarakat dikota medan yang tepatnya makanan tinggi karbohidrat, dimana makanan tersebut dihidangkan untuk cemilan yang dimakan waktu bersantai.

Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. peminum kopi yang berkaitan dengan budaya masyarakat. Di mana budaya konsumsi kopi ini biasanya dilakukan masyarakat di warung-warung kopi. Tetapi seiring dengan perkembangannya istilah baru untuk menyebut warung kopi dengan sebutan kedai kopi. Minum kopi bukan hanya sekedar tuntutan selera, melainkan bagi sebagian masyarakat perkotaan sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Di mana-mana sudah menjamur kedai-kedai kopi ternama. Bagi mereka yang hidup di kota-kota besar bisa menikmati kopi yang ada di mall atau pusat perbelanjaan contohnya seperti Dunkin Donuts. Dimana terdapat di Dunkin Donut selain menjual donut disitu terdapat menjual berbagai jenis minuman kopi dimana dapat dihidangkan bersama makanan dan minuman yang berpasangan untuk menyatu menjadi satu sehingga menikmati sambil bersantai.

Dunkin' Donuts sejak tahun 1970 menjadi merek internasional dengan reputasi yang sangat luar biasa dalam kualitas dan pelayanan. Dunkin' Donuts mempunyai lebih dari 5000 tempat penjualan di Amerika dan Asia, salah satunya adalah di Indonesia. Dunkin' Donuts itu sendiri pertama kali berdiri di Indonesia pada tahun 1985, yang berlokasi di jalan Hayam Wuruk No.9 Jakarta Pusat. Di Indonesia Dunkin' Donuts telah membuka lebih dari 200 gerai yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia seperti , Tangerang, Bogor, Bekasi, Depok, Surabaya, Bandung, Bali, Medan, Yogyakarta, Makassar, dan lain sebagainya. Perusahaan yang membeli *franchise* Dunkin Donut's adalah PT. DUNKINDO LESTARI. Perusahaan ini merupakan badan usaha swasta nasional yang bergerak dibidang jasa pada jenis usaha makanan cepat saji. (<https://dunkindonuts.com>).

Salah satu yang termasuk dalam bisnis waralaba industri makanan dan minuman yaitu bisnis bakery. Bakery adalah produk makanan yang bahan baku utamanya berasal dari tepung (mayoritasnya terigu). .Berbagai makanan yang masuk ke dalam kategori bakery yaitu bagel, bread crumb, biskuit, croissant, cookies, cracker, donat, muffin, pancake, pastry, pies, pizza, pretzel, roll, dan wafer. Sebagian besar konsumsi tepung terigu di Indonesia digunakan pada industri bakery. Sehingga dapat dilihat bahwa bakery cukup digemari oleh masyarakat di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari berubahnya tren gaya hidup masyarakat yang kini berkembang sehingga membuat masyarakat lebih suka mengkonsumsi berbagai produk bakery yang lebih praktis dan terlihat modern. Hal ini menjadikan peluang dalam bisnis ini terbuka lebar. Bisnis bakery merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan, sehingga banyak pelaku usaha

yang tertarik untuk turut serta bersaing dalam menjalankan bisnis ini. Banyaknya merek toko bakery yang beroperasi menjadikan persaingan toko bakery yang satu dengan yang lainnya tidak dapat dihindarkan. Hal ini menjadikan semakin beragamnya pilihan konsumen dalam memilih toko bakery. Konsumen dihadapkan pada berbagai pertimbangan dalam berperilaku untuk melakukan pengambilan keputusan.

Dalam strategi pemasaran terdapat komponen-komponen promosi yang dilakukan dalam upaya menarik minat calon konsumen dalam pengambilan keputusan apakah konsumen harus membeli suatu produk atau tidak. Promosi sendiri dapat dilakukan secara langsung, melalui dunia digital, maupun media massa. Fungsi promosi dalam strategi pemasaran adalah sebagai koordinasi dari seluruh upaya dalam membangun berbagai saluran informasi yang persuasi untuk menjual barang dan jasa, atau untuk memperkenalkan suatu ide atau gagasan.

Menurut Kotler dalam Olivia Irene Dewi (2018), keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal keputusan pembelian adalah pengaruh yang berasal dari dalam diri calon pembeli dalam pengambilan keputusan pembelian, yaitu faktor-faktor seperti budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Sedangkan faktor eksternal keputusan pembelian adalah pengaruh yang berasal dari luar diri calon pembeli dalam pengambilan keputusan pembelian seperti dari usaha pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dan informasi dari lingkungan konsumen. Faktor eksternal di antaranya meliputi produk, harga, lokasi dan promosi.

Kualitas produk (*product quality*) merupakan strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan, Kotler dan Amstrong (2018). Dunkin Donuts' merupakan restoran cepat saji yang menyediakan berbagai makanan dan minuman, Berdasarkan pengertian tersebut maka Dunkin' Donuts sebagai penyedia produk donat dapat dikategorikan sebagai sebuah toko ritel. Tetapi terdapat pada gerai Dunkin Donuts Jalan Gatot Subroto Medan masih menyediakan produk-produk yang seperti sebelumnya, masih belum terdapat menyediakan produk-produk dengan jenis rasa dan desain yang terbaru, dengan itu sangat menghadapi persaingan dalam dunia ritel penyedia donat, seperti J.Co, dan lain- lainnya. Maka harus memiliki strategi diferensiasi untuk dapat saling mengungguli sebab menawarkan kategori produk eceran yang sejenis.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Harga yang ditawarkan dari produk Dunkin'Donuts pada Jalan Gatot Subroto Medan menawarkan harga yang terbilang mahal dibandingkan dengan harga pesaingnya. Harga yang ditawarkan untuk satu buah donat sebesar Rp.11.000 namun jika konsumen membeli produk Dunkin Donuts' 5 donut akan mendapatkan 1 donut gratis (*free*) atau satu lusin maka harganya akan lebih murah.

Tabel 1.1 Daftar Harga Dunkin' Donuts

Jumlah	Harga
1 Pcs	Rp.11.000
Beli 5 Gratis 1	Rp.55.000
1 Lusin	Rp.99.000

Sumber : (Dunkin Donuts Jalan Gatot Subroto Medan,2020)

Lokasi yang strategis juga dapat ikut menentukan tercapainya tujuan perusahaan. Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi seperti akses yang mudah dilalui atau mudah dijangkau, visibilitas lokasi perusahaan dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan dan tempat parkir yang luas serta aman dapat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dengan lokasi yang strategis dan terjangkau akan memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Dimana terdapat lokasi pada Dunkin Donuts Jalan Gatot Subroto Medan mendapatkan tempat yang sangat strategis dimana tempatnya tepat di depan Plaza Medan Fair dan serta dibelakang pusat perbelanjaan di kota Medan. Dengan tempat yang ramai dan tempat yang sering dikunjungi para pengunjung untuk berbelanja sehingga dapat membeli makanan yang terdapat di Dunkin Donuts'.

Menurut Kotler dan Amstron (2016) promosi merupakan bentuk persuasive secara langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang diatur untuk dapat merangsang pembelian suatu produk dengan segera guna meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Terdapat fenomena yang

terdapat pada Dunkin Donuts Jalan Gatot Subroto Medan promosi menggunakan online dengan aplikasi ojek online (Grab/Gojek) yang memberikan Diskon/Potongan harga. Jika membelinya secara langsung atau *Take Away* mendapatkan potongan di hari-hari tentu seperti hari Selasa dan Jum'at. Dengan kartu member yang dibuat diperusahaan Dunkin Donuts' konsumen dapat membeli 1 gratis 1 (*buy one get one*).

Tabel 1.2 Hasil Data Dari Pra Survey

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN	
		YA	TIDAK
1	Keragaman pilihan produk yang terdapat di Dunkin Donuts' di Jl. Gatot Subroto Medan	13,3%	86,6%
2	Keterjangkauan harga produk yang ditetapkan /ditawarkan Dunkin Donuts'Jl. Gatot Subroto Medan	16,6%	83,3%
3	Aktivitas promosi Dunkin Donuts' di Jl. Gatot Subroto Medan membuat anda (Konsumen) menarik untuk melakukan kunjungan dan pembelian	90%	10%
4	Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan memiliki tempat yang menarik nyaman dan aman untuk dikunjungi	43,3%	56,6%
5	Dunkin Donuts merupakan perusahaan yang memiliki kemampuan bersaing dengan para pesaingnya	16,6%	83,3%

Sumber: Hasil olah data pra survey (2021)

Berdasarkan tabel diatas, pra survey dilakukan agar kuatnya mendukung penelitian tahap awal ini terhadap fenomena mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto di Medan. Jadi jumlah responden pra survey ini sebanyak 30 orang. Dengan terdapatnya hasil pra survey pada table diatas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk yang terdapat pada Dunkin Donuts' pada Jl. Gatot Subroto Medan dengan persentase 13,3% atau sebanyak 4 orang yang telah mengetahui keragaman produk yang terdapat pada Dunkin Donuts' pada Jl. Gatot Subroto Medan secara pribadi dengan produk yang menarik dan cita rasa yang khas menjadikan Dunkin Donuts' yang sangat diminati dan dibeli oleh konsumen yang ada di Kota Medan. Sementara orang yang menjawab tidak dengan jumlah persentase sebesar 86,6% atau sebanyak 26 orang. Kesimpulan yang dapat diambil pada pernyataan pertama yaitu tidak terdapatnya varian produk terbaru dari Dunkin Donuts Gatot Subroto Medan. Kemudian, keterjangkauan harga Dunkin Donuts' yang terdapat pada Jl. Gatot Subroto Medan dengan persentase sebesar 16,6% atau sebanyak 5 orang menyatakan harga yang terdapat di Dunkin Donuts' pada Jl. Gatot Subroto Medan masih terjangkau. Lalu, dengan persentase 83,3% atau sebanyak 25 orang konsumen menjawab tidak. Pendapat tersebut dinyatakan oleh para konsumen yang membeli dikarenakan harga yang terdapat sangat tidak terjangkau karena konsumen membeli produk Dunkin Donuts' dengan harga yang terbilang mahal. Yang ada pada aktivitas promosi Dunkin Donuts' pada Jl Gatot Subroto Medan membuat anda (konsumen) menarik untuk melakukan kunjungan dan pembeli. Sementara jumlah persentase sebesar 90% atau sebanyak 27 orang. Jadi, beberapa

konsumen melihat promosi yang dapat menarik kunjungan dan pembeli untuk membeli produk yang diberikan Dunkin Donuts' pada Jl Gatot Subroto Medan. Sedangkan, jumlah persentase 10% atau sebanyak 3 orang mengungkapkan bahwa mereka tidak melihat promosi yang terdapat di Dunkin Donuts', namun mereka membeli dengan yang terdapat pelayanan dan cita rasa yang khas yang terdapat di Dunkin Donuts' pada Jl. Gatot Subroto Medan. Dunkin Donuts' memiliki tempat yang aman dan nyaman untuk dikunjungi, jumlah persentase yang terdapat sebesar 43,3% atau sebanyak 13 orang mengungkapkan bahwa terdapat gerai Dunkin Donuts' pada Jl. Gatot Subroto Medan sangat aman dan nyaman untuk dikunjungi dan beristirahat. Lalu, jumlah persentase 56,6% atau sebanyak 17 orang menjawab "tidak" aman dan nyaman, karena tempat yang dipinggir jalan besar dan terdapat ruangan yang terlalu dingin. Kemudian, Dunkin Donuts merupakan perusahaan yang memiliki kemampuan bersaing dengan para pesaingnya yang menjawab 16,6% atau sebanyak 5 orang yang menjawab "ya" bahwa Dunkin Donuts merupakan perusahaan yang mampu bersaing dengan perusahaan lain. Dan ada sebanyak 83,3% atau sebanyak 25 orang yang menjawab "tidak" bahwa Dunkin Donuts merupakan perusahaan yang kurang mampu untuk bersaing dengan perusahaan lain, karena Dunkin Donuts masih belum menyediakan varian-varian rasa produk terbaru dan Harga yang masih terbilang mahal.

Dari hasil pra suvey tersebut dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang terdapat di gerai Dunkin Donuts' di Jl. Gatot Subroto di Kota Medan minat beli yang kurang terdapat pada keterjaungan harga yang mahal,tidak terdapatnya

produk yang terbaru serta tempat yang aman dan nyaman untuk di kunjungi pembeli. Dari tiga faktor yang muncul diatas terjadinya keputusan pembelian oleh pihak konsumen. Keputusan pembelian merupakan hak yang sepenuhnya dimiliki oleh konsumen serta tindakan konsumen untuk membeli atau tidaknya terhadap suatu produk.

Berdasarkan masalah fenomena yang telah peneliti paparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dunkin Donuts’ Jalan Gatot Subroto Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya keragaman produk terbaru yang terdapat pada Dunkin Donuts’ Jl. Gatot Subroto di Kota Medan.
2. Beberapa harga yang tidak terjangkau yang ditetapkan/ ditawarkan Dunkin Donuts’.
3. Dunkin Donuts membuat promosi agar pelanggan tetap membeli produk Dunkin Donuts.
4. Dalam hal pelayanan dan kenyamanan, Dunkin Donuts’ kurang memahami apa yang diinginkan konsumen.
5. Ketatnya persaingan bisnis dibidang kuliner termasuk jenis makanan roti atau donut yang semakin berkembang.

1.3 Batasan Masalah

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut penulis membatasi ruang lingkup dan objek penelitian agar tidak terjadinya suatu penyimpangan sasaran. Batasan masalah dalam penelitian ini diantaranya adalah Produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Promosi (*Promotion*). Penelitian ini dilakukan di Dunkin Donuts' Cabang di Medan, dengan responden ialah pelanggan pada Dunkin Donuts pada Jalan Gatot Subroto Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh dari produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh dari Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan?
4. Apakah terdapat pengaruh dari promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan?
5. Apakah terdapat pengaruh dari Produk, Harga, Lokasi, Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Produk, Harga, Lokasi, Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat yaitu antara lain:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto di Kota Medan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.

2. Bagi Universitas Potensi Utama

Dapat memberikan masukan dan pemikiran bagi akademis sebagai bahan informasi dalam penelitian selanjutnya dan sumber-sumber informasi untuk pihak-pihak berkepentingan.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan pertimbangan yang terkait dalam mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan membawa dampak positif terkait sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan perbandingan atau tambahan referensi bagi peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian ilmiah.