

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis terutama di bidang kuliner sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Semua pekerjaan yang ada dibuat begitu praktis agar bisa menghemat banyak waktu. Seperti contoh, sekarang banyak tempat yang menyediakan makanan cepat saji mulai dari makanan ringan sampai makanan pokok. Fenomena seperti inilah yang membuat industri makanan di Indonesia tumbuh subur (Ananda, 2021). Bisnis kuliner memang tidak mengenal krisis, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh setiap orang. Peluang industri pangan di dalam negeri berkembang pesat dan cukup menjanjikan.

Berkembangnya persaingan industri makanan, khususnya kue ada satu jenis makanan yang banyak dilirik konsumen yaitu kue brownies. Kue jenis ini mudah disukai konsumen karena memiliki rasa coklat yang pekat dan bertekstur lembut. Kue ini juga bisa dinikmati mulai dari kalangan muda sampai tua. Kini rasa brownies sudah mempunyai banyak varian bukan hanya rasa coklat saja. Dalam industri makanan ringan ada satu nama yang patut diperhitungkan yaitu Amanda Brownies.

Amanda brownies merupakan perusahaan yang menjalankan bisnis kuliner dan lebih memfokuskan pada kue dan memiliki unggulan yaitu brownies kukus yang berasal dari kota Bandung. Amanda brownies telah menjadi sebuah merek brownies kukus bagi seluruh masyarakat di Indonesia. Selain

rasanya yang manis Amanda brownies mudah ditemukan di setiap kota. Amanda Brownies, dari Bandung untuk Nusantara Kota Bandung dikenal sebagai kota wisata yang berdiri sejak tahun 1999. Meski tak memiliki objek wisata alam, namun kota berjuluk Paris Van Java ini tetap memiliki daya tarik bagi para pelancong. Salah satu daya tarik tersebut adalah wisata kulinernya. Wisatawan yang bertandang ke kota yang dijuluki kota kembang ini tentu tak akan melewatkan membeli oleh-oleh makanan. Salah satu buah tangan yang paling favorit ditentang wisatawan saat pulang adalah produk Amanda Brownies <https://amandabrownies.co.id/>

Perusahaan ini tidak hanya memproduksi brownies Beragam *pastry* dengan cita rasa yang bisa memanjakan lidah Anda pun tersedia. Produk unggulan lainnya yaitu bolen keju, *cheese cream*, dan brownies bakar. Produk makanan yang terjamin kualitas dan kehalalannya ini bisa Anda dapatkan di puluhan outlet yang ada di sejumlah kota besar di Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sumatra Utara, Sumatra Selatan, Sulawesi Selatan, dan Kalimantan Timur.

Amanda brownies mempunyai satu cabang di Kabupaten Lumajang. Amanda brownies cabang Lumajang bertempat di jalan Soekarno Hatta kutorenon kecamatan Sukodono. Amanda brownies merupakan salah satu outlet *cake* atau kue yang terkenal di Kabupaten Lumajang yang menyediakan berbagai jenis kue dengan harga yang relatif terjangkau.

Setiap tahun persaingan bisnis akan semakin meningkat, perkembangan teknologi dan juga keterbukaan informasi mau tidak mau perusahaan bisnis

wajib menerima. Keberadaan pesaing dalam dunia bisnis merupakan hal yang wajar di setiap tahunnya (Pramdia Arhando, 2020). Hal ini yang membuat produsen setiap perusahaan harus lebih peka pada hal-hal yang kreatif. Dalam meningkatkan kualitas produk perusahaan berhak dapat memenangkan persaingan bisnis dengan menunjukkan produk yang unik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berubah-ubah. Perusahaan harus mampu memperjuangkan perubahan keinginan konsumen. Karena konsumen yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal. Tentunya dalam hal ini pembeli mempunyai banyak faktor untuk melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan pertimbangan dimana individu mengevaluasi macam pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sebagian banyak pilihan. Menurut Kotler & Amstrong (2014), keputusan pembelian adalah faktor utam dalam proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen benar memutuskan untuk membeli. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor budaya, faktor sosial, personal dan psikologis. Pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan keinginan atau kebutuhan, maka konsumen akan melakukan beberapa tahap akhir yang pada akhirnya sampai pada puncaknya itu pengambilan keputusan pembelian. Konsumen yang memiliki kepuasan belanja yang tinggi akan menjadi konsumen dengan promosi yang handal kepada orang lain baik secara online di media sosial maupun dengan melakukan promosi secara langsung. Promosi secara langsung bisa disebut dengan promosi *Word Of Mouth*.

Menurut Kotler & Keller (2016) *Word Of Mouth marketing* adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun alat komunikasi elektronik yang berhubungan dengan pengalaman pembelian jasa atau pengalaman menggunakan produk atau jasa. Chung (2012:195) menjelaskan bahwa *WordOf Mouth* merupakan suatu aspek penting dalam strategi pemasaran suatu perusahaan sekaligus merupakan strategi yang menguntungkan bagi tiap perusahaan yang menerapkannya. *Word Of Mouth* mempunyai pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan promosi lainnya, karena cerita tentang produk tersebut diperoleh dari orang terdekat yang pernah mengonsumsi produk dari suatu perusahaan. Komunikasi dapat berupa pembicaraan secara langsung maupun testimonial mengenai pengalaman penggunaan produk tertentu. Ketika konsumen berhasil dalam menyampaikan informasi kepada konsumen lain dan konsumen tersebut memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian. Maka *Word Of Mouth* yang dilakukan oleh salah satu konsumen tersebut berhasil.

Hasil penelitian terdahulu Yuliana Kurniawan (2021). Dengan judul *Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Zahra Catering*. Menunjukkan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Magvira nurul Khoyim, Nur Hidayati, Siti Asiyah. 2019. Dengan judul *PengaruhWord Of Mouth, Kualitas Layanan, dan lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada Queen jilbab jlnTlogomas Kota Malang Jawa Timur)*. Menunjukkan

bahwa *word of mouth* secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Perusahaan yang menerapkan promosi ini salah satunya adalah Amanda brownies. Amanda brownies yang berpusat di Bandung berawal dari ketidaksengajaan Ibu Hj. Sumiwiludjeng pada saat mencoba resep bolu kukus yang didapat dari saudaranya tidak memasukkan baking powder dan membuat bolu kukus tersebut bantet. Ibu Hj. Sumiwiludjeng terus membuat resep berulang-ulang hingga menghasilkan brownies. Akhirnya berniat memasarkan produk keteman-temannya. Selain dipasarkan keteman-temannya, dahulu Amanda Brownies juga dipasarkan ke beberapa kantor mengingat almarhum suami Sumi bekerja sebagai pegawai PT Pos <https://www.wartaekonomi.co.id/>. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu lokasi.

Faktor lokasi sangat berperan terhadap keputusan pembelian. Place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran Kotler dan Armstrong (2012). Lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktivitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang dan berbelanja. Pemilihan dan penentuan lokasi merupakan ilmu penyelidikan tata ruang (*spatial order*) suatu kegiatan ekonomi. Pemilihan suatu lokasi usaha yang strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha di masa yang akan datang <https://www.kajianpustaka.com>. Amanda brownies cabang Lumajang

memiliki lokasi yang kurang strategis karena tempatnya yang berada di jalan Soekarno Hatta Kutorenon Kecamatan Sukodono tempat ini jauh dari pusat kota. Hasil penelitian terdahulu Maria Yalinta, (2019). Dengan judul Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian di Chezz Cafenet. Menyatakan bahwa Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan menurut Magvira nurul Khoyim, Nur Hidayati, Siti Asiyah,(2019). Dengan judul Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Layanan, dan lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada Queen jilbab jlnTlogomas Kota Malang JawaTimur). Menunjukkan bahwa Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Kotler (2011:49) Harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa yang diinginkan. Harga merupakan variabel yang sangat penting untuk menentukan keputusan pembelian. Amanda brownies memiliki harga yang relatif terjangkau. Berikut adalah list harga Amanda brownies tahun2022 :

Tabel 1.1. Aneka Rasa dan Harga Amanda Brownies

Aneka rasa	Harga
Brownies Original	Rp. 38.000
Brownies Ganache	Rp. 55.000
Sarikaya Pandan	Rp. 44.000
Green Tea Mint	Rp. 44.000
Brownies Blueberry	Rp. 46.000
Strawberry	Rp. 44.000
Brownies Kering	Rp. 35.000
Cheese Cream	Rp. 66.000
Bolu Pandan	Rp. 32.000

Tiramisu	Rp. 54.000
Choco Marble	Rp. 46.000
Pink Marble	Rp. 46.000
Tiramisu Marble	Rp. 46.000
Banana Cheese	Rp. 44.000
Bolen Keju	Rp. 47.000
Bolen Coklat	Rp. 47.000
Brownies Bakar	Rp. 42.000

Sumber : Amanda brownies KabupatenLumajang 2021

Berdasarkan tabel 1.1 bahwa Amanda brownies memiliki harga dan produk bervariasi tergantung variasi rasa pada brownies dan kue. Banyaknya varian rasa brownies dan kue yang dijual membuat konsumen akan merasa puas dan tidak akan beralih pada produk lain. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan pemasaran. Konsumen pada umumnya menyamakan harga mahal dengan kualitas. Hal pertama yang dilihat saat konsumen membeli suatu produk pasti harga kemudian diikuti dengan kualitas produk. Harga yang sangat tinggi bisa menjadi penentu pembelian. Tingginya harga dapat membuat konsumen berpindah pada produk lain yang sejenis dan sebaliknya.

Hasil penelitian terdahulu Yuliana Kurniawan, (2021). Dengan judul Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Zahra Catering. Menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian terdahulu oleh Maria Yalinta, (2019). Dengan judul Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian di Chezz Cafenet. menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari segi promosi Amanada Brownies tidak melakukan promosi melalui iklan di televisi, radio, maupun media cetak. Dapat dilihat di blog facebook, terakhir promosi tanggal 25 desember 2013. Dari segi lokasi meskipun lokasi kurang strategis Amanda brownies tetap menjadi idola masyarakat karena rasanya yang begitu lezat dan manis. Dari segi harga relatif murah dengan memiliki variasi yang begitu banyak. Harga Amanda brownies paling murah adalah paling murah Brownies original yang dibandrol dengan harga Rp. 38.000. Berdasarkan fenomena dan latar belakang diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang *Word Of Mouth (WOM)*, Lokasi, Harga dan Keputusan Pembelian yang dilakukan di Amanda Brownies cabang Lumajang. Maka di dalam penyusun penelitian ini. Penulis mengambil judul Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Amanda Brownies di KabupatenLumajang.

1.2.Batasan Masalah

Batasan masalah ini untuk memudahkan dalam penelitian selanjutnya dan lebih memudahkan dalam pemecahan masalah. Mengingat permasalahan yang ada sangat luas dan agar kedepannya penulisan laporan penelitian ini akan lebih terarah. Ruang lingkup penelitian ini perlu di batasi agar dapat lebih terarah dan mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis melakukan pembatasan masalah. Batasan dalam penelitian ini adalah :

1. Permasalahan yang dibahas adalah tentang *word of mouth (WOM)*, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian di KabupatenLumajang.

2. Responden penelitian adalah konsumen Amanda Brownies di Kabupaten Lumajang.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena penelitian ini yang berjudul pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies di Kabupaten Lumajang. Maka rumusan masalah dalam penelitian diantara lain yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies di Kabupaten Lumajang?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies di Kabupaten Lumajang?
3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies di Kabupaten Lumajang?
4. Apakah *Word Of Mouth (WOM)*, Lokasi dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan keputusan pembelian Amanda Brownies di Kabupaten Lumajang?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui rumusan masalah apakah berpengaruh besar kecilnya terhadap keputusan pembelian dan sesuai dengan identifikasi masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menyelesaikan serta mengetahui masalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies di Kabupaten Lumajang.

2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Amanda Browis di Kabupaten Lumajang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Amanda Brownis di Kabupaten Lumajang.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Word Of Mouth (WOM)*, Lokasi dan Harga secara simultan terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies di Kabupaten Lumajang.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berisikan uraian manfaat yang dihasilkan dari dilaksankannya penelitian itu. Berdasarkan dengan tujuan penelitian yang telah dibuat, maka adapun manfaat penelitian ini adalah :

a. Manfaat Ilmiah

Penelitian ini dibuat untuk pengembangan kajian ilmu pengetahuan baru mengenai pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies di Kabupaten Lumajang.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini berguna untuk menjadikan tolok ukur terhadap *Word Of Mouth (WOM)*, lokasi dan harga yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen dan menjadi lebih baik untuk kedepannya.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana yang bermanfaat dalam penjabaran pengetahuan penulis tentang manajemen pemasaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, sebagai referensi dan informasi kepada pembaca untuk penelitian yang akan dibuat selanjutnya.

