

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membatasi penelitian hanya pada empat variabel yaitu variabel harga, kemasan, rasa dan keputusan pembelian meskipun didalam fenomena ada berbagai permasalahan yang layak untuk diteliti. Tetapi karena faktor keterbatasan berbagai hal dan faktor kepentingan penelitian maka hanya menggunakan empat variabel tersebut dalam penelitian ini.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan (Amanda Brownies Jember)

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai pengaruh harga, kemasan dan rasa terhadap keputusan pembelian, sehingga nantinya diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategi perusahaan secara efektif di waktu yang akan datang.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dan diharapkan penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan-kekurangan dalam penelitian ini.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini, yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies Jember ?
2. Apakah kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies Jember ?
3. Apakah rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies Jember?
4. Apakah harga, kemasan, dan rasa berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies Jember?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh rasa terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies Jember.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kemasan, dan rasa terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies Jember.

mengelola pemasaran perusahaan untuk dapat bertahan hidup dan memenangkan persaingan dalam memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Namun setelah peneliti melakukan penelitian di Amanda Brownies Jember Harga, Kemasan, dan Rasa yang dapat meningkatkan keputusan pembelian, Namun dikarenakan keterbatasan waktu dan pikiran peneliti, penelitian ini hanya berfokus pada harga, kemasan, dan rasa. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Harga, Kemasan, Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Amanda Brownies Jember”**.



Tabel 1.5 Presentase Penilaian Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk
Amanda Brownies Jember

No.	Keterangan	Jumlah Responden			
		Sangat Puas	Puas	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
1.	Harga Produk Amanda Brownies Jember	25%	75%	-	-
2.	Kemasan Produk Amanda Brownies Jember	10%	90%	-	-
3.	Rasa Produk Amanda Brownies Jember	35%	65%	-	-
4.	Intensitas Membeli dan Mengonsumsi	25%	65%	10%	-

Dari hasil pra-survey penelitian yang dilakukan peneliti pada tanggal 15-17 Januari 2018 pada konsumen *outlet* Amanda Brownies Jember, tentang penilaian konsumen mengenai harga produk Amanda Brownies menyatakan bahwa 75% dari 20 responden menyatakan puas dengan harga yang ditawarkan oleh Amanda Brownies, penilaian konsumen mengenai kemasan produk menyatakan bahwa 90% dari 20 responden menyatakan puas karena kemasan yang ditawarkan Amanda Brownies aman dan dapat melindungi produk, penilaian mengenai rasa produk Amanda Brownies menyatakan bahwa 65% dari 20 responden menyatakan puas karena dibandingkan dengan pesaing yang sejenis produk Amanda Brownies lebih banyak pilihan varian rasanya, dan untuk penilaian terakhir intensitas membeli dan mengonsumsi sebanyak 65% dari 20 responden menyatakan intens untuk membeli atau mengkonsumsinya dikarenakan brownies Amanda sudah memenuhi harapan bagi konsumen dan sudah layak untuk oleh-oleh ataupun acara-acara tertentu.

Berdasarkan uraian diatas diketahui bahwa perilaku perusahaan terhadap konsumen merupakan kunci keberhasilan perusahaan untuk merencanakan dan

dalam memenangkan konsumen tidak hanya terletak pada produk yang ditawarkan, melainkan harga, kemasan, dan rasanya.

Berdasarkan pra-survey penelitian terhadap 20 responden pada konsumen *outlet* Amanda Brownies Jember mengenai harga, kemasan, dan rasa terhadap keputusan pembelian pada Amanda Brownies, sebagian konsumen yang telah membeli Amanda Brownies untuk dikonsumsi sendiri dan sebagian lagi untuk oleh-oleh. Hal ini terjadi dikarenakan tingkat keputusan konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk Amanda Brownies yang berbeda-beda. Hal ini dapat dilihat pada penilaian keputusan pembelian produk Amanda Brownies Jember dan presentase penilaian keputusan pembelian terhadap produk Amanda Brownies Jember.

Tabel 1.4 Pra-penelitian Penilaian Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Amanda Brownies Jember

No.	Keterangan	Jumlah Responden			
		Sangat Puas	Puas	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
1.	Harga Produk Amanda Brownies Jember	5	15	-	-
2.	Kemasan Produk Amanda Brownies Jember	2	18	-	-
3.	Rasa Produk Amanda Brownies Jember	7	13	-	-
4.	Intensitas Membeli dan Mengonsumsi	5	13	2	-

Tabel 1.3 Volume Penjualan Amanda Brownies Tahun 2016

Tahun	Bulan	Volume Penjualan	Perubahan	Pertumbuhan
2016	Januari	563		
	Februari	572	9	2 %
	Maret	578	6	1 %
	April	600	22	4 %
	Mei	585	-15	-3%
	Juni	578	-7	1%
	Juli	600	22	4 %
	Agustus	600	0	0%
	September	582	-18	-3 %
	Oktober	600	18	-7 %
	November	595	-5	6 %
	Desember	600	5	2 %
	TOTAL	7053		

Sumber : Amanda Brownies Jember (2017)

Target perbulan Amanda Brownies adalah 600 box. Dari Tabel 1.3 diatas, dapat dilihat bahwa penjualan sudah memasuki target, namun Amanda Brownies Jember sering mengalami fluktuasi. Pada tahun 2016 penurunan penjualan yang paling banyak terjadi pada bulan September, pembeli berkurang sebanyak 18 orang atau 3 %. Sedangkan kenaikan volume penjualan tertinggi terjadi pada bulan April dan Juli sebanyak 22 orang atau 4%.

Untuk memasuki fase persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan yang diinginkan konsumen. Untuk memenangkan persaingan dalam pastry atau brownies perlu ditetapkan strategi yang tepat guna mengetahui posisi pastry atau brownies dibenak masyarakat terhadap pastry atau brownies lainnya. Kemampuan setiap perusahaan

Keanekaragaman produk yang ditawarkan Amanda Brownies membuat konsumen memiliki pilihan alternatif produk. Semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual maka konsumen akan merasa puas dan tidak akan beralih ke produk lain. Selain itu harga juga merupakan faktor penting bagi konsumen sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Harga yang ditawarkan Amanda Brownies lebih terjangkau dibandingkan dengan pesaingnya, hal ini dapat dibuktikan pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Perbandingan Harga Produk Brownies Kukus Di Jember

Nama Outlet	Harga
Amanda	Rp. 36.000
Wina	Rp. 42.000
Hoolland	Rp. 45.000
Kalingga	Rp. 40.000

Sumber : Data Pra Penelitian (2017)

Dari tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa Amanda Brownies cenderung memiliki kisaran harga yang lebih murah dibandingkan dengan outlet Wina, Holland, dan Kalingga. Jika pelanggan merasa cocok dengan harga yang dibayarkan atas barang atau jasa yang mereka beli, maka pelanggan akan loyal untuk membeli ulang ditempat tersebut. Hal ini dapat dilihat pada tabel pertumbuhan volume penjualan Amanda Brownies Jember pada tahun 2016.

Tabel 1.1 Daftar Harga Kue Amanda Brownies

Cake atau Kue	Harga
Original Brownies	Rp. 36.000
Bolu Gulung	Rp. 52.000
Brownies Strawberry	Rp. 42.000
Brownies Greentea	Rp. 42.000
Cheese Cream	Rp. 64.000
Brownies Tiramisu	Rp. 52.000
Blueberry Cream	Rp. 44.000
Cappucino Marble	Rp. 44.000
Tiramisu Marble	Rp. 44.000
Pink Marble	Rp. 44.000
Choco Marble	Rp. 44.000
Srikaya Pandan	Rp. 42.000
Molen Nanas (Monas)	Rp. 41.000
Banana Bizz	Rp. 42.000
Brownies Kering	Rp. 33.000
Brownies Bakar	Rp. 40.000
Pisang Bolen Coklatl	Rp. 41.000
Pisang Bolen Keju	Rp. 41.000
Cheese Roll	Rp. 49.000
Cheese Stick	Rp. 41.000
Banana Chips Original	Rp. 32.000
Banana Chips Rempah	Rp. 34.000
Banana Chips Keju	Rp. 37.000
Keripik Kentang	Rp. 40.000
Keripik Kentang Keju & Pedas	Rp. 40.000
Beef & Chicken Pastry	Rp. 44.000
Peanut Butter	Rp. 41.000
Bolu Pandan	Rp. 28.000
Lapis Amanda	Rp.120.000

Sumber : Amanda Brownies Jember 2017

Berdasarkan pada tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa Amanda Brownies memiliki harga dan produk bervariasi tergantung varian rasa pada brownies dan kue.

barang dan jasa dibeli, dimana dengan mengetahui adanya peluang pasar yang dapat dipenuhi oleh produk perusahaan maka perusahaan dapat memenuhi selera konsumen yang berarti kepuasan bagi konsumen.

Saat ini bisnis kuliner di Indonesia sudah menjamur. Melihat semakin banyaknya konsumen yang senang menghabiskan waktu senggangnya untuk mencoba jenis-jenis makanan baru. Salah satu jenis makanan yang digemari adalah *pastry* atau brownies. Salah satunya Amanda Brownies, “Amanda” merupakan salah satu kuliner kue khas Kota Bandung yang memiliki ciri khas dengan kualitas produk yang tinggi. Sangat cocok untuk oleh-oleh, dengan ketahanan produk 3 hari. Selain untuk oleh-oleh Amanda juga dapat disajikan dalam rapat, arisan, maupun ulang tahun. Memulai penjualan pada tahun 2000 dengan nama “Amanda” yaitu singkatan dari “Anak MANtu DAmari” yang didirikan oleh Sumiwilujeng. Seiring dengan perkembangan pasar, Amanda Brownies mempunyai banyak cabang salah satunya di kota Jember. Amanda Brownies Jember berdiri pada tanggal 5 september 2015 terletak di Jalan Gajah Mada No.146 Jember. Brownies Amanda merupakan salah satu *outlet cake* atau kue yang terkenal dijember yang menyediakan berbagai jenis-jenis kue dengan harga yang relatif terjangkau. Berikut daftar harga kue di Amanda Brownies Jember

Packaging/kemasan, diartikan secara umum adalah bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan dan benturan-benturan, terhadap benda lain. Menurut Kotler dan Amstrong (2012) mendefinisikan “*packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*” yang artinya adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya.

Cita rasa merupakan suatu cara pemilihan ciri minuman yg harus dibedakan dari rasa (*taste*) minuman tersebut. Cita rasa merupakan atribut minuman yg meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran (Stanner dan Butriss, 2009:23).

Keputusan pembelian menurut Susatyo Herlambang (2014:71) dalam melakukan evaluasi alternatif, konsumen akan mengembangkan sebuah keyakinan atas merek dan tentang posisi tiap merek berdasarkan masing-masing atribut yang berujung pada pembentukan citra merek. Selain itu pada tahap evaluasi alternatif konsumen juga membentuk sebuah preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pribadi dan konsumen juga akan membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai dan berujung pada keputusan pembelian.

Maka dari itu atribut produk sangatlah penting untuk dijadikan dasar oleh konsumen dalam pembelian sebuah produk, sebab untuk melakukan pembelian konsumen akan bereaksi terhadap produk dengan segala atribut yang melekat didalamnya. Pada garis besarnya perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk yang dihasilkan diantara tentang harga yang terjangkau, kemasan yang menarik, kualitas yang baik, pelayanan yang memuaskan serta rasa yang dapat memenuhi selera konsumen. Dengan memahami perilaku konsumen dalam memilih produk, pemasaran dapat memahami dengan sebenarnya apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, latar belakang konsumen, alasan melakukan pembelian produk, serta dalam kondisi bagaimana

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, manusia harus ikut serta mengiringi perkembangan tersebut. Perkembangan tersebut mengakibatkan banyak hal yang berubah menjadi maju atau lebih berkembang dengan sangat pesatnya, seperti semakin banyaknya usaha makanan atau kuliner. Perkembangan zaman mengakibatkan perkembangan usaha rumahan menjadi sangat pesat sekali, berkembang dengan sangat drastisnya. Berbagai macam produk banyak dibuat dan dipasarkan dan hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan baik dari harga, kemasan dan kualitas produk (rasa).

Kotler dan Amstrong (2008 : 179) menyatakan bahwa “atribut produk adalah suatu rangkaian tambahan yang menyertai kegunaan inti suatu produk dipasaran yang diharapkan dapat melengkapi keinginan konsumen yang belum terpenuhi dengan adanya fungsi pokok dari suatu produk. atribut produk dibagi menjadi dua yaitu secara fisik dan non-fisik. Secara non-fisik yaitu merek, nama baik, dan kualitas. Sedangkan secara fisik yaitu disain, fitur, kemasan dan lain-lain.

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Menurut Philip Kotler (2008:345) harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Basu Swastha (2005:185) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.