

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang makanan (*food*) mendorong lahirnya persaingan di dunia produksi dan pemasaran produk perusahaan tersebut agar mampu bertahan atau bahkan menguasainya. Segala usaha di tempuh oleh perusahaan untuk menghadapi pesaing dan mampu menghasilkan keuntungan yang ditargetkan, juga mencapai tujuan yang diinginkan.

Perusahaan yang ingin memenangkan persaingan atau tetap bertahan tentunya memerlukan strategi-strategi untuk menghadapi pesaingnya. Dalam teori pemasaran ada strategi yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.

Salah satu elemen bauran pemasaran adalah produk (*product*). Pada elemen ini dapat memberikan pedoman bagi perusahaan untuk mengatur keanekaragaman jenis, memperhatikan kualitas, menentukan desain, menetapkan merek, menggunakan kemasan dan membuat ukurannya. Elemen produk merupakan hal yang terpenting karena tanpa adanya produk terlebih dahulu merupakan hal yang sulit bagi perusahaan menetapkan harga, mengadakan promosi, penjualan dan mendistribusikannya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dunia bisnis ini diwarnai oleh banyaknya persaingan perusahaan sebagai industri untuk lebih tanggap terhadap kebutuhan para konsumennya. Penjualan sebagai salah satu faktor yang sangat penting peranannya dalam sebuah perusahaan. Sukses tidaknya suatu usaha tergantung pada penjualan yang dilakukan, oleh karena itu perusahaan harus harus dapat mencapai target penjualan yang telah ditentukan.

Upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat dan terarah, seperti meningkatkan atribut produk, kebijakan bauran pemasaran yang tepat untuk menghadapi persaingan yang ketat.

Dalam menghadapi para pesaing, perusahaan harus mempunyai strategi dalam mendukung penjualan produksinya, baik itu dari segi internal maupun eksternal perusahaan. Dari internal perusahaan diantaranya adalah kemampuan menjual, bagaimana sistem pengorganisasiannya, dan bagaimana kondisi kondisi perusahaan itu sendiri. Dari eksternal perusahaan yang harus dilihat adalah bagaimana kondisi pasar apakah mendukung atau tidak untuk menerima produk yang kita tawarkan, segmen pasarnya, harga produk dan juga selera konsumen akan produk yang kita tawarkan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ciri berhasil atau tidaknya usaha pemasaran dapat dilihat melalui tingkat penjualan produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Salah satu mencapai keuntungan itu adalah dengan mempengaruhi konsumen agar melakukan keputusan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusannya untuk melakukan pembelian produk roti. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis (**Kotler dan Armstrong, 2008:159**).

Faktor pertama adalah unsur-unsur yang berasal dari dalam konsumen sendiri. Unsur-unsur dari dalam konsumen sendiri yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, yaitu: pikiran konsumen yang meliputi kebutuhan atau motivasi, persepsi, sikap, dan karakteristik konsumen yang meliputi: demografi, gaya hidup dan kepribadian. Proses-proses psikologi ini sulit diamati secara langsung dan merupakan proses yang kompleks yang berdampak pada pengambilan keputusan dan perilaku konsumen (**Tatik Suryani, 2013:11**).

Sifat konsumen adalah berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dan mencari manfaat tertentu dari suatu produk, dan konsumen akan mempertimbangkan produk mana yang akan dipilih dan yang sesuai dengan kebutuhannya. Dalam memilih produk, konsumen tentu saja akan dipengaruhi oleh bauran pemasaran dan atribut produk serta faktor psikologis konsumen itu sendiri.

Atribut produk merupakan segala sesuatu yang melekat dan menyertai produk tersebut. Atribut produk merupakan salah satu unsur penting yang dapat mendorong konsumen untuk membeli produk, semakin baik atribut produk maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk tersebut. Seorang konsumen membeli produk, tidak hanya sebatas membeli produk yang dapat memenuhi kebutuhan saja, tetapi juga membeli produk yang menawarkan atribut produk yang terbaik. Dalam konsep ini konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovasi yang terbaik.

Karena pentingnya atribut produk bagi konsumen, maka perusahaan perlu memperhatikan kualitas produk beserta atributnya. Atribut produk yang melekat pada barang merupakan masalah yang harus dibuat strateginya dalam menarik konsumen. Kadang alasan konsumen membeli suatu produk kurang begitu diperhatikan oleh produsen, padahal alasan tersebut merupakan titik awal dari permasalahan. Alasan-alasan konsumen memilih suatu produk yang ditawarkan mungkin karena konsumen tertarik pada merek, kemasan, desain rasa dan atribut produk lainnya. Maka dengan demikian atribut produk dianggap penting. Berikut ini adalah beberapa contoh kemasan yang diproduksi oleh pabrik roti di DND Bakery Pekanbaru

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 1.1 : Gambar Produk DND Bakery**



Produk roti sebagaimana diketahui adalah salah satu produk makanan yang semakin lama banyak digemari masyarakat karena rasa maupun harganya yang murah dan mudah didapatkan. Dengan banyaknya produk yang ada dipasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih produk roti yang ada dipasaran akan mendorong perusahaan bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi yang tepat, misalnya mengubah kemasan, warna, aroma, label dan sebagainya. Lebih jauh lagi produsen dalam mendistribusikan produknya ke pasar konsumen, berusaha agar produknya diterima sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen

Dari kondisi di atas produsen harus semakin jeli melihat kebutuhan konsumen dan dapat menangkap peluang pasar. Bagi perusahaan strategi pemasar merupakan faktor penting untuk mencapai keberhasilan usahanya, dimana perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan, yang pada akhirnya perusahaan dapat tumbuh dan berkembang.

Berdasarkan hasil wawancara pra survey yang dilakukan dengan tim marketing DND Bakery kelurahan Sidomulyo Barat bahwa pendistribusian produk roti DND yang dijual ke toko-toko adalah sebanyak 100 toko. Yaitu di Kecamatan Sukajadi sebanyak 30 toko, di Kecamatan Labuh Baru sebanyak 30 toko. Dan di Kecamatan Tampan sebanyak 40 toko.

**Tabel 1.1 : Data Penjualan Roti DND Bakery Periode 2012-2016**

No	Tahun	Jumlah Penjualan Per Tahun	Presentase %
1	2012	2.131.200	-
2	2013	2.148.000	0,36%
3	2014	2.160.000	0,55%
4	2015	2.268.000	4,76%
5	2016	2.400.000	5,5%

Sumber: DND Bakery dari tahun 2012-2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa usaha roti DND Bakery mengalami peningkatan dan dapat dilihat pada seluruh total penjualannya. Pada tahun 2013 total penjualan sebesar 2.148.000 yaitu sebesar 0,36%, pada tahun 2014 total penjualan mengalami peningkatan sebesar 2.160.000 yaitu sebesar 0,55%. Pada tahun 2015 mengalami peningkatan penjualan sebesar 2.268.000 yaitu sebesar 4,76%. Dan pada tahun terakhir yaitu tahun 2016 terjadi peningkatan penjualan lagi sebesar 2.400.000 yaitu sebesar 5,5%. Artinya, Secara signifikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun di Pabrik Roti DND Bakery Pekanbaru selalu mengalami kenaikan.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan hasil diatas dapat dikatakan bahwa usahanya telah berjalan dengan baik dalam kegiatan operasionalnya seperti perusahaan roti “DND Bakery” yang terletak di Jl. Melur Panam. Kompleks kehutanan No.16 Kel. Sidomulyo Barat Kec. Tampan Pekanbaru. Dengan produk yang dihasilkan adalah roti manis beraneka jenis rasa. Usaha roti manis ini sudah berkembang sangat pesat, dapat dilihat dari banyaknya produk yang berhasil dipasarkan. tampak indikasinya bahwa elemen produk adalah salah satu kunci keberhasilannya.

Tetapi dalam melaksanakan penerapan elemen produk tentunya harus dipikir matang-matang resiko yang akan dihadapi perusahaan. Resiko tersebut dapat menjadi kendala bagi keberhasilan pemasaran produk yang akan berpengaruh terhadap laba. Salah satunya adalah penerapan elemen produk dalam bauran pemasaran yang kurang tepat dan kecerobohan pihak manajemen dalam menganalisa serta menerapkan kebijakan akan mengakibatkan konsumen tidak memperoleh kepuasan dan tujuan perusahaan tidak tercapai.

Maka berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Marketing Mix*, Atribut Produk dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pabrik Roti DND Bakery Pekanbaru”**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat membuat suatu perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian konsumen di Pabrik Roti DND Bakery Pekanbaru?
2. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Pabrik Roti DND Bakery Pekanbaru?
3. Bagaimana pengaruh psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di Pabrik Roti DND Bakery Pekanbaru?
4. Bagaimana *marketing mix*, atribut produk dan psikologis konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pabrik Roti DND Bakery Pekanbaru?

## 1.3. Tujuan penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan dalam perumusan masalah diatas maka tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian konsumen di Pabrik Roti DND Bakery Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Pabrik Roti DND Bakery Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di Pabrik Roti DND Bakery Pekanbaru.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Untuk mengetahui pengaruh *marketing mix*, atribut produk dan psikologis konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pabrik Roti DND Bakery Pekanbaru.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa peneliti telah dapat menerapkan ilmu-ilmu berupa teori-teori yang didapatkan selama penulis menempuh kuliah kedalam praktek sekaligus sebagai ajang menggali tambahan pengetahuan dilapangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran terutama dalam keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam strategi usaha Roti DND Bakery Pekanbaru tentang atribut produk yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini agar dapat menjadi landasan atau bahan informasi bagi penelitian lain yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

## 1.5. Sistematika Penulisan

Untuk dapat lebih memahami tentang hasil penelitian secara sistematis maka penulis membagi menjadi beberapa bab, yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan bab pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini serta membahas tentang hipotesis dan variabel penelitian.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisa data.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, yang meliputi sejarah singkat produk, struktur organisasi, visi misi perusahaan dan aktivitas perusahaan.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan menyajikan hasil penelitian dan pembahasan masalah.

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab penutup dimana akan dikemukakan kesimpulan yang ditarik dari pembahasan sebelumnya. Disamping itu pada bab ini akan disajikan beberapa saran-saran dan sumbangan pikiran yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi perusahaan.