

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan pasar yang sangat berpotensi dan menggairahkan bagi produk-produk pelengkap atau kebutuhan sehari-hari. Kita dapat melihat betapa banyak iklan yg ditayangkan di televisi setiap hari, Atau media cetak di berbagai media massa. Sepanjang semester I/2018, realisasi belanja iklan di tingkat nasional mencapai Rp75,1 triliun alias tumbuh sekitar 5% dari periode yang sama tahun lalu yang hanya Rp71,2 triliun. Direktur Eksekutif Nielsen Watch Leader Indonesia Hellen Katherina mengatakan, perolehan belanja iklan pada Januari–Juni 2018 sedikit lebih baik dibandingkan dengan 2017 yang pertumbuhannya sebesar 4% dari 2016, saat realisasi belanja iklan hanya Rp68,7 triliun. masih tingginya iklan di media televisi disebabkan oleh jangkauan televisi yang luas. Survei Nielsen membuktikan, 96% dari konsumen di Indonesia masih menonton televisi setiap hari. (Sumber [www.Nielsen.com](http://www.Nielsen.com)).

Iklan yang ditayangkan di televisi atau media cetak diantaranya yaitu makanan dan minuman. Melihat kondisi masyarakat Indonesia yang menggemari makanan siap saji yang enak, nikmat dan murah menjadikan peluang besar bagi perusahaan makanan dan minuman untuk berkembang, tidak terkecuali perusahaan mie instan. Perusahaan mie instan yang terdapat di Indonesia

yaitu indomie, sarimi, mie sukses, mie mewah, dan lain-lain.

Banyaknya jumlah perusahaan mie instan yang muncul di Indonesia maka syarat yang harus dipenuhi agar perusahaan dapat sukses dan bersaing dengan perusahaan lain adalah berusaha mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan pelanggan dan memperbaiki mutu produknya, Serta melakukan strategi pasar agar barang yang di produksi dapat berjalan lancar atau laku keras dipasaran saat ini.

Agar keinginan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berinovasi, Menghasilkan dan menjual barang atau jasa tersebut sesuai yang di inginkan pelanggan maupun konsumennya dengan harga yang terjangkau. Oleh sebab itu peran perusahaan sangatlah penting dan perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada segmentasi pasar, karena kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangatlah bergantung pada perilaku konsumen, Menurut Kotler dan Armstrong (2014:27) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Perilaku konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan, karena perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

Kotler dan Armstrong, (2016:158) mengemukakan perilaku konsumen adalah tentang

bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa untuk dikonsumsi secara pribadi. Manajemen perusahaan harus dapat menyusun sebuah strategi dan program yang sesuai dengan perilaku konsumen sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan dapat mengungguli para pesaingnya. Konsumen sendiri secara langsung terlibat dalam proses pengambilan keputusan dan selektif memilih sebuah produk jika produk tersebut kurang baik atau buruk maka konsumen ini akan merasa kecewa dan tidak akan membeli sebuah produk yang dijual oleh perusahaan tersebut. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah.

Proses pengambilan keputusan sangatlah bervariasi ada yang mudah dan ada juga yang sulit. PT. Wings Surya Surabaya merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang penjualan produk makanan, minuman dan sabun untuk keperluan sehari-hari, salah satu produk penjualan yaitu makanan mie instan berupa mie sedap goreng ayam istimewa. Perusahaan ini dituntut agar dapat bersaing dengan kompetitor yang ada di Indonesia (regional) dan internasional dalam hal menjualkan sebuah produk dan inovasi produk makanan ringan.

Konsumen biasanya membuat skala prioritas dan berusaha mencari dan membeli produk yang dinilai paling sesuai serta memuaskan. Banyak faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk, seperti atribut produk, harga produk,

dan promosi produk. Untuk kegiatan promosi sendiri PT. Wings Surya berpijak pada filosofi "*To produce Quality and Affordability at the Convenience of our customers*". Dan memperkenalkan nilai-nilai lebih perusahaan yang tercemin pada produk tersebut. Pada kesempatan tersebut dijelaskan mengenai proses-proses kebersamaan perusahaan di dalam mewujudkan tujuan dan impian dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu juga situasi yang menggambarkan keberadaan sebagai mitra terbaik sehari-hari dalam memenuhi kepentingan konsumen. Secara keseluruhan, konsep ini merupakan penerjemahan dari filosofi yang mementikan konsumen. Yang ingin disosialisasikan oleh perusahaan dalam rangka memberikan spirit baru bagi perusahaan dan konsumennya.

Suatu produk yang ditawarkan ke konsumen oleh perusahaan akan bertahan di pasaran jika atribut dari produk tersebut diterima. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:177) mendefinisikan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, memberi, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Atribut produk mempunyai hubungan yang baik terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Melalui atribut produk, suatu produk dapat dikomunikasikan dan disampaikan kepada konsumen selanjutnya konsumen akan melakukan penilaian dan melakukan

keputusan pembelian. Menurut Kotler & Armstrong (2015: 253-254) beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk (karakteristik atribut produk) .

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama meningkatkan omzet penjualan, Promosi produk yang tepat dapat membuat konsumen maupun pelangganya mau membeli produknya lagi. Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan yaitu promosi yang efektif, Harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, Kualitas produk yang bermutu dan juga layanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menariknya kebanyakan promo yang ditawarkan akan sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk mencoba mengkonsumsi produk tersebut, dengan demikian produsen berlomba-lomba dan terus berpacu untuk membuat iklan dan promosi yang menarik.

Penetapan harga jual yang tepat akan menarik minat konsumen untuk membeli produk, dalam menetapkan harga jual yang dapat bersaing di pasaran, perusahaan harus mempertimbangkan harga pokok pembeliannya. Harga yang kompetitif akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut dibandingkan produk yang ada di pasaran lainnya. Penetapan harga yang tepat dan terarah dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu di jual perusahaan. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga barang berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga,

semakin rendah permintaan terhadap produk. Untuk harga mie sedap ayam istimewa mempunyai harga yang cukup bersaing dengan produsen lainnya. Meskipun dalam beberapa jenis mie memiliki harga yang lebih tinggi di bandingkan para pesaingnya.

Dalam kegiatan bisnis perdagangan, harga jual adalah salah satu penentu dalam kelangsungan hidup perusahaan, karena dengan harga jual produk yang baik, dan strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan marketing yang bermutu maka akan meningkatkan pendapatan penjualan, Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada mie sedap goreng ayam bawang istimewa.

Oleh karena itu di buat penelitian dengan judul **“ PENGARUH ATRIBUT PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE SEDAP GORENG AYAM ISTIMEWA PRODUKSI PT. WINGS SURYA SURABAYA ”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Atribut Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mie sedap goreng ayam istimewa produksi PT. Wings Surya Surabaya?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mie sedap goreng ayam istimewa produksi PT. Wings Surya Surabaya ?
3. Apakah Atribut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk mie sedap goreng ayam istimewa produksi PT. Wings Surya Surabaya ?
4. Apakah Atribut Produk, Promosi Dan Harga berpengaruh secara silmutan terhadap kepuasan konsumen mie sedap goreng ayam istimewa produksi PT. Wings Surya Surabaya ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh Atribut produk terhadap Kepuasan Konsumen mie sedap goreng ayam istimewa produksi PT. Wings Surya Surabaya.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen mie sedap goreng ayam istimewa produksi PT. Wings Surya Surabaya.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen mie sedap

goreng ayam istimewa produksi PT. Wings Surya Surabaya.

4. Untuk mengetahui adanya pengaruh Atribut produk, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen mie sedap goreng ayam istimewa produksi PT. Wings Surya Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori-teori tentang ilmu pemasaran terutama yang menyangkut Atribut produk, Promosi, Harga dan kepuasan konsumen.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi usaha jasa pemasaran dan sebagai bahan informasi dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan dan mempertahankan profitabilitas perusahaan di masa yang akan datang.

#### **b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Bahwa hasil penelitian yang akan dilakukan merupakan salah satu bentuk kepedulian dan keikutsertaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya terhadap dunia usaha maupun industri dalam menghadapi berbagai kendala atau permasalahan yang ada. Pemecahan masalah di



analisis melalui kajian ilmu pengetahuan sehingga menjadi suatu solusi yang bermanfaat.

**c. Bagi Mahasiswa Peneliti**

Dapat Menambah pengetahuan dan wawasan hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan-permasalahan yang dihadapi perusahaan. Dari hasil penelitian ini, diharapkan ketajaman analisis dan berbagai solusi yang dapat diberikan pada dunia usaha agar mampu meningkatkan daya saing dalam persaingan bisnis dimasa mendatang.

Halaman ini sengaja dikosongkan