

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi saat ini, banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan kemajuan teknologi dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan tersebut secara tidak langsung menuntut untuk dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Putri (2017:1) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya.

Proses dalam memenuhi kebutuhan manusia yang menjadi suatu konsep dalam pemasaran. Mulai dari mempromosikan suatu barang, penetapan harga, pengiriman barang dan memenuhi kebutuhan konsumen. Suatu perusahaan dalam menetapkan aktivitas pemasaran, setiap perusahaan menetapkan strategi pemasaran untuk mencapai suatu target dalam memasarkan suatu produk. Pemasaran dimulai dari awal memproduksi sampai produk diterima oleh konsumen.

Banyak hal yang terkait dalam pemasaran. Pemasaran dilakukan agar mencapai target dalam perusahaan. Dalam kehidupan bisnis banyak pertukaran antara pemasok yang mengirimkan barang dalam perusahaan, ada juga pertukaran perusahaan meringir barang kepada pengecer atau reseller,

pertukaran antara pengecer dan pembeli bisa di lalui dengan baik jika mampu menguasai tehnik pemasaran dalam kehidupan sehari-hari.

Melita Kitchen Resto merupakan salah satu resto yang ada di Sumenep lebih tepatnya di Jl. Dr. Cipto Sumenep. Resto tersebut menyajikan berbagai macam makanan yang bervariasi serta dilengkapi dengan berbagai macam jenis sambal yang bisa dipesan sesuai dengan tingkat kepedasan yang diinginkan. Rumah makan tersebut juga menyajikan berbagai macam sambal ada yang mulai dari sambal yang tidak begitu pedas sampai dengan sambal yang sangat pedas. Dengan adanya Melita Kitchen Resto para pecinta makanan pedas bisa dimanjakan dengan berbagai jenis sambal yang ditawarkan Melita Kitchen Resto.

Hasil *survey* kepada karyawan di Melita Kitchen Resto menyatakan bahwa produk di resto tersebut dijamin kebersihan dan kehalalannya. Banyak masyarakat yang membeli di Melita Kitchen Resto karena harganya terjangkau dan mudah didapat. Berikut tabel data penjualan di Melita Kitchen Resto:

Tabel 1.1

Data penjualan di Melita Kitchen Resto Sumenep

| | |
|----------------------|-----------------------|
| Penjualan saat ramai | ≥ 300 Porsi/Hari |
| Penjualan saat sepi | ± 100 Porsi/Hari |
| Jam operasional | 09.00 – 21.00 |

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka penulis berencana mengadakan penelitian tentang “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Melita Kitchen Resto Sumenep”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah produk, harga, tempat, promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen di Melita Kitchen Resto Sumenep?
2. Apakah produk, harga, tempat, promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen di Melita Kitchen Resto Sumenep?
3. Variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Melita Kitchen Resto Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui produk, harga, tempat, promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen di Melita Kitchen Resto Sumenep
2. Untuk mengetahui produk, harga, tempat, promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen di Melita Kitchen Resto Sumenep
3. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Melita Kitchen Resto Sumenep

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan penelitian dan dapat dijadikan acuan penelitian berikutnya.

b. Bagi Resto

Sebagai bahan pertimbangan bagi resto untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan memberikan pengalaman belajar yang menumbuhkan kemampuan dan keterampilan meneliti serta pengetahuan yang lebih mendalam terutama pada bidang yang dikaji.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini akan meneliti tentang bauran pemasaran dan minat beli konsumen di Melita Kitchen Resto. Ditinjau dari jenis datanya, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini memiliki 2 variabel, dimana terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran sedangkan variabel terikatnya adalah minat beli konsumen.