KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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 dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan yang paling mendasar dalam kehidupan manusia adalah kebutuhan fisiologis (*psychological needs*) yaitu kebutuhan akan sandang, pangan dan papan yang merupakan kebutuhan primer. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang wajib dipenuhi. Oleh karena itu manusia akan berusaha sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhan primernya. Salah satu kebutuhan primer tersebut adalah pangan yaitu kebutuhan akan makanan dan minuman. Manusia membutuhkan makanan dan minuman untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Karena apabila kebutuhan ini tidak terpenuhi, maka kelangsungan hidup manusia dapat terancam.

Seiring dengan perkembangan zaman, pandangan hidup dan kesibukan, banyak anggota masyarakat sekarang memenuhi kebutuhan makannya diluar rumah. Salah satu makanan yang paling di gemari adalah roti. Roti adalah salah satu makanan tertua di dunia. Sejarah roti yang panjang konon berawal dari Mesir dan Mesopotamia. Saat itu Roti tidaklah seempuk dan seenak sekarang karena masih di olah dengan bahan dan cara yang sederhana. Seiring berjalannya waktu, bentuk dan cita rasa roti semakin beragam. Saat ini roti sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Bahkan roti tidak hanya sebagai makanan sampingan, melainkan sebagai makanan pokok bagi beberapa kalangan (Anugroho, 2014).

Di Indonesia, roti sebenarnya merupakan pengganti dari nasi. Kebanyakan masyarakat Indonesia apabila terburu-buru dan tidak ada waktu untuk makan nasi atau ketika malam hari tidak ada makanan dan lapar, maka mereka akan makan roti sebagai penggantinya. Jenis roti yang beredar di pasaran saat ini sangat beragam, namun secara

umum dibagi menjadi roti tawar, roti manis dan roti isi. Banyak merek roti yang sering kita dengar seperti Rotiboy, Roti O, Papabunz, Pappa Roti, Holland Bakery, Homemade, Breadtalk, Tous Les Jours, Francis, Sari roti, Breadlife , hingga yang ada di komplek-komplek perumahan atau bisnis rumahan (*home industry*).

Salah satu merek roti yang dikenal oleh kalangan masyarakat adalah Rotiboy. Rotiboy cukup terkenal karena daya tarik aroma rasa kopi Meksiko yang tercium dari jarak jauh sehingga menarik siapa saja yang melintasi gerai roti tersebut. Pada awalnya Rotiboy didirikan di Bukit Mertajam, Penang pada bulan April 1998 oleh Hiro Tan yaitu seorang mantan dosen di bidang Ekonomi. Hiro Tan memutuskan untuk membuka usaha toko roti dengan model tempurung dan berkulit renyah dengan rasa mentega yang khas. Rotiboy ini dijual dengan harga yang terjangkau dengan cita rasa yang unik. Pada tahun 2002, Hiro berhasil membuka Outlet Rotiboy yang pertama di Kuala Lumpur yang pada saat itu mampu menjual sejumlah 20.000 roti per hari (Wikipedia.org, n.d).

Pada bulan Mei 2004, Hiro secara resmi memberikan hak master franchise untuk Indonesia. Dengan modal Rp 1 miliar, gerai Rotiboy pertama buka di Menara BNI, dengan mempekerjakan 15 karyawan. Bahan baku pembuatan Rotiboy berlokasi di pabrik daerah Kemanggisan, Jakarta Barat. 6 bulan kemudian gerai Rotiboy yang kedua dibuka di Pasaraya Grande, Blok M, Jakarta Selatan. Sekarang ini semua gerai Rotiboy memperoleh pasokan adonan dari dapur mereka yang sekarang dipindahkan ke Batu Ceper, Tangerang. Pabrik itu memiliki kapasitas produksi hingga 30 ribu unit setiap harinya (Sckid3.blogspot.co.id, 2016).

Pada tahun 2015, Rotiboy telah memiliki sebanyak 115 gerai yang tersebar di berbagai kota di Tanah Air (Bangka.tribunnews.com, 2015). Untuk gerai di Jakarta, Rotiboy ini dapat kita jumpai di berbagai pusat perbelanjaan dan bandara. Roti ini memiliki dua varian rasa yaitu Rotiboy adalah Roti dengan topping kopi dan mentega

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
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 dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

sebagai isi. Sementara itu, Rotiboy juga mengeluarkan produk barunya yaitu Rotigal dengan topping vanilla dan chocochip serta mentega susu sebagai isi. Rotiboy dan Rotigal ini memiliki roti dengan tekstur renyah di luar dan lembut di dalam serta memiliki aroma khas yang sangat menggugah selera. Selain itu, semua roti yang disajikan di outlet adalah roti yang baru di angkat dari oven, sehingga cita rasa dan aroma roti masih terjaga dengan sempurna.

Varian produk yang terbatas dari Rotiboy menyebabkan sedikitnya pilihan yang tersedia bagi konsumen dan menjadi tidak menarik. Di sisi lain, Rotiboy juga tidak menggunakan kegiatan promosi massal atau iklan untuk produknya (Sovianna, 2013). Namun, faktanya adalah hingga saat ini gerai Rotiboy semakin banyak yaitu 155 gerai di tahun 2015. Pertanyaannya, bagaimana Rotiboy dapat berkembang walaupun variannya terbatas, promosi massal tidak dilakukan dan adanya persaingan dengan usaha sejenis seperti Roti O, Papabunz dan Pappa Roti? Apakah disebabkan oleh harga yang terjangkau, apakah outlet yang strategis, lokasi yang mudah dijangkau, aroma yang khas dan rasa yang enak?

Pertanyaan-pertanyaan inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini. Untuk meneliti lebih jauh mengenai Pengaruh Produk, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Ulang Rotiboy di Mall Kelapa Gading, maka penulis akan melakukan pembahasan secara mendalam.

B. Rumusan masalah penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh faktor-faktor produk, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian ulang Rotiboy di Mall Kelapa Gading.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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 dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pertanyaan-pertanyaan dari penelitian adalah :

1. Bagaimana pengaruh faktor produk terhadap keputusan pembelian ulang Rotiboy di Mall Kelapa Gading.
2. Bagaimana pengaruh faktor harga terhadap keputusan pembelian ulang Rotiboy di Mall Kelapa Gading.
3. Bagaimana pengaruh faktor tempat terhadap keputusan pembelian ulang Rotiboy di Mall Kelapa Gading.

D. Batasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Kuesioner disebarkan di Mall Kelapa Gading
2. Objek penelitian adalah keputusan pembelian ulang konsumen Rotiboy
3. Subjek penelitian adalah konsumen yang membeli dan mengkonsumsi produk Rotiboy
4. Kuesioner disebarkan kepada 100 orang responden
5. Periode penelitian adalah November 2016 – Februari 2017

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

   Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan serta masukan bagi perusahaan dalam menetapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

2. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber ide serta tambahan pengetahuan tentang teori-teori pemasaran, khususnya mengenai bauran pemasaran dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Penulis

a. Sebagai wadah bagi penulis untuk mengembangkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani proses perkuliahan dalam bidang pemasaran.

b. Untuk memperoleh wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
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 dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.