

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini industri roti terus berkembang karena perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin praktis. Sifat roti yang mudah untuk dikonsumsi dapat memenuhi gaya hidup yang semakin praktis dan modern. Tingginya angka konsumsi roti Bluder Solo di Solo menjadi peluang bagi pengusaha roti.

Perkembangan industri roti yang semakin meningkat membuat konsumen memiliki berbagai pilihan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan sehingga perusahaan harus mampu mengetahui faktor apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk roti Bluder Solo . Salah satu faktor yang memengaruhi yaitu, harga, persepsi konsumen dan kemasan yang menarik terhadap keputusan pembelian.

Awalnya, Bluder Solo berdiri pada tahun 1989 sebagai sebuah industri rumahan di Jalan Cokroaminoto No.36. Saat itu, bluder dibuat hanya jika ada pesanan saja. Pemilik Bluder Solo , Hary Sasono yang akrab disapa Hayik menuturkan rahasia kesuksesan dalam mengembangkan bisnis kulinernya hingga seperti sekarang ini. Baru-baru ini viral trend makan roti bluder siram yang videonya ramai disebar di sosial media. Ternyata, kuliner roti Bluder

Solo memang sudah menjadi salah satu oleh-oleh khas Solo yang kerap dibawa pulang wisatawan, selain brem dan pecel.

(Afdjani, 2014) Salah satunya Bluder Solo juga terus berinovasi menciptakan varian rasa baru, hingga saat ini terdapat berbagai varian rasa yang sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia. Beberapa pilihan rasa Bluder Solo antara lain original, coklat, kismis, keju, coklat keju, keju lumer, kacang, coklat kacang, tiramisu, klepon, kopi, greentea, taro, klepon, abon sapi, dan nutella. Yang jelas, cita rasa kue yang sederhana ini ternyata dapat memikat hati banyak orang, sehingga menjadi panganan yang selalu dicari.

Harga menurut Tuhagana et al. (2021), harga merujuk pada sejumlah uang yang dikenakan untuk produk atau layanan, atau nilai yang ditawarkan konsumen untuk manfaat yang diperoleh dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Beragamnya harga roti Bluder Solo bertujuan untuk menarik perhatian konsumen saat mereka membuat keputusan untuk membeli roti. Harga menjadi salah satu komponen paling krusial dalam menetapkan pangsa pasar dan profitabilitas suatu perusahaan (Hanso, 2016). Selain itu, harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan bagian dari bauran pemasaran yang dapat dengan mudah disesuaikan. Dengan kata lain, harga adalah jumlah uang yang dibayarkan konsumen kepada penjual untuk barang atau layanan yang mereka beli, yang juga berarti bahwa harga adalah penentuan nilai sebuah barang oleh penjual

Menurut (Pauzy, 2016), proses ini terjadi ketika seseorang menjalani pemilihan, pengorganisasian, dan penafsiran informasi untuk menemukan makna atau membuat keputusan. Dari pengertian tersebut, kita bisa memahami bahwa orang yang ingin membeli dipengaruhi oleh cara pandangnya terhadap situasi yang ada, sementara apa yang dipahami seseorang seringkali berbeda dengan kenyataan yang sebenarnya. Dari pengertian tersebut, kita bisa memahami bahwa orang yang ingin membeli dipengaruhi oleh cara pandangnya terhadap situasi yang dihadapi, sementara apa yang dipahami seseorang seringkali berbeda dengan kenyataan yang ada (Fitriyah, 2020).

Kemasan yang Menarik menurut (Kotler and Armstrong, 2012) mendeskripsikan bahwa "kemasan mencakup proses merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk", yang berarti bahwa kegiatan kemasan melibatkan desain dan produksi. Fungsi utama dari kemasan itu sendiri adalah untuk melindungi produk agar kualitasnya tetap terjaga (Kotler and Armstrong, 2012).

. Kemasan Bluder Solo memiliki kemasan yang berbeda dari yang lain, dengan bentuk limas segi empat, elegan dengan roti dikemas dengan karton tebal yang kedap air sehingga tidak mudah penyok dan basah, desain kemasan simple dan cukup menarik. Apabila menginginkan dikemas dengan box karton sedikitnya harus membeli delapan bluder.

Keputusan Pembelian menurut (Suwandi, 2007) Mengatakan bahwa keputusan untuk membeli adalah pilihan yang diambil oleh konsumen yang

dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi dan keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses. Hal ini menghasilkan sikap konsumen dalam mengolah semua informasi dan membuat kesimpulan yang berupa respons terhadap produk yang akan dibeli (Rosad, 2016).

Studi yang dilakukan (Ramadhina dan Mugiono, 2022) bertujuan untuk meneliti dampak desain kemasan, variasi produk, dan kualitas produk terhadap daya tarik beli konsumen pada produk Bluder Solo. Variabel independennya terdiri dari desain kemasan (X1), variasi produk (X2), dan kualitas produk (X3), sedangkan variabel dependennya adalah minat beli konsumen (Y). Untuk pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner sebanyak 120 yang diukur dengan skala likert. Untuk uji instrumen digunakan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan, variasi produk, dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan baik secara bersamaan maupun terpisah terhadap minat beli.

.Peneliti mengamati beberapa konsumen bahwa dalam pembelian harga berpengaruh, persepsi konsumen ketika pemilihan roti Bluder Solo bisa dibeli di tempat yang dekat, dan kemasan menarik membuat konsumen membeli Bluder Solo untuk oleh-oleh khas Solo. Kebaruan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah Harga, Persepsi Konsumen dan Kemasan yang Menarik bisa mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti

Bluder Solo”. Sehingga peneliti menarik untuk meneliti dengan judul, **”Pengaruh Harga, Persepsi Konsumen dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Roti Bluder Solo”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Bluder Solo?
2. Apakah persepsi konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Bluder Solo?
3. Apakah kemasan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Bluder Solo?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh harga, terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Bluder Solo
2. Mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Bluder Solo
3. Mengetahui pengaruh kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Bluder Solo.

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk penulis, penelitian ini bertujuan untuk mengintegrasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah, memperluas wawasan penulis di bidang

pemasaran yang menjadi minatnya, serta meningkatkan kemampuan diri, baik dalam aspek intelektual maupun emosional.

2. Bagi pihak lain, temuan dari penelitian ini bisa dijadikan sumber referensi untuk penelitian mendatang dan juga bisa menjadi bacaan yang berguna bagi yang membutuhkannya.
3. Untuk STIE Surakarta, hasil penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas pendidikan di kampus di masa yang akan datang.
4. Untuk perusahaan, informasi yang dihasilkan dapat berfungsi sebagai bahan pertimbangan dan pedoman untuk melakukan perbaikan baik dalam waktu sekarang maupun di masa depan.