

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan bisnis di Indonesia semakin berkembang dengan pesat dan tajam. Setiap perusahaan dituntut untuk terus mengembangkan usahanya dalam menghadapi persaingan ini. Perusahaan harus memiliki strategi-strategi khusus dalam memenangkan persaingan pasar. Hal ini membuat perusahaan melaksanakan kegiatan pemasaran. Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial (Kotler dan Keller, 2009 : 5).

Banyak hal yang dapat dilakukan dalam memahami kondisi pasar, salah satunya yaitu dengan melakukan penelitian pasar, sehingga produsen dapat memenuhi keinginan dari konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui kinerja dari perusahaan agar dapat meningkatkan dan mengembangkan kinerja perusahaan agar tetap memiliki daya saing serta untuk melihat sejauhmana produsen telah memberikan pelayanan terhadap konsumen, dengan demikian produsen dapat meningkatkan pelayanan dan mutu dari produsen untuk mempertahankan konsumen.

Salah satu industri yang berkembang saat ini adalah industri makanan. Banyak produsen yang menawarkan berbagai jenis makanan. Jenis makanan yang ditawarkan mempunyai keunikan dan citarasa sendiri. Bentuk dan keunikan dari makanan yang ditawarkan menjadi salah satu daya tarik dari makanan tersebut. Salah satu makanan yang dapat menjadi alternatif pilihan konsumen adalah roti. Roti merupakan makanan pokok yang sangat akrab dikalangan masyarakat. Salah satu perusahaan roti yang sudah memiliki tempat tersendiri di hati konsumen ialah Holland Bakery.

Holland Bakery yang bergerak di bidang makanan pokok (roti) ini, memberikan cita rasa yang berbeda dan dengan kualitas yang terbaik. Holland Bakery berawal pada tahun 1978 di Jalan Hayam Wuruk, Jakarta. Resep roti dan kue Holland Bakery dibuat oleh Cheff terbaik yang berasal dari Negara Belanda. Perusahaan roti Holland Bakery memiliki pengalaman lebih dari 28 tahun dan sebanyak 150 gerai Holland Bakery pada tahun 2010 telah tersebar di wilayah JABODETABEK, Bandung, Batam, Pekanbaru, Surabaya, dan Lampung. Visi Holland Bakery yaitu untuk selalu dekat dengan *customer*, maka setiap tahunnya perusahaan roti ini membuka outletnya disetiap satu kota di Indonesia khususnya di luar pulau Jawa. Dalam satu kota minimal memiliki lima *counter* atau *outlet* dengan satu unit produksi.

Salah satunya di Bandar Lampung yang berada di Jalan raden Intan 120-B, Gunungsari, Tanjung Karang Pusat, Bandar Lampung 35111. Untuk pembuatan roti diproduksi di *counter* pusat kemudian didistribusikan ke *counter* lainnya yang berada di Bandar Lampung.

.Holland Bakery dalam menjalankan usahanya berhadapan dengan kompetitor lainnya. Dengan semakin banyaknya produk yang ada di pasaran akan mengakibatkan kebingungan bagi para konsumen untuk memilih produk apa yang akan mereka pilih, maka produsen harus mampu bersaing untuk dapat mempertahankan pelanggannya dengan menciptakan inovasi baru sehingga konsumen dapat menjatuhkan pilihannya.

Berikut adalah data yang diambil dari Top Brand Indonesia:

**Tabel 1.1 Top Brand Indonesia**

<b>Brand</b>	<b>Tahun 2011</b>	<b>Tahun 2012</b>	<b>Tahun 2013</b>
Holland Bakery	28,9%	27,9%	31,7%
Bread Talk	16,8%	18,5%	21,7%
Majesty	13,4%	9,3%	7,4%
Swiss Bakery	3,4%	3,5%	3,7%
Buana Bakery	3,0%	2,1%	2,7%
Virgin Cake and Bakery	2,8%	-	-
Kartika sari	2,6%	-	1,9%
Roti Boy	1,5%	-	2,6%
Suzzana			3,3%

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), 2013

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa selama periode tiga tahun Holland Bakery menempati posisi teratas. Hal ini membuktikan bahwa Holland Bakery menjadi pilihan nomor satu dalam pilihan konsumen. Bentuk dan rasa yang ditawarkan dari Holland tersendiri mempengaruhi konsumen dalam memilih. Hal ini karena dalam produksinya menggunakan bahan pilihan yang mempunyai mutu dan standarisasi.

Dalam pengambilan keputusan pembelian, perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor psikologis, pribadi sosial, dan kebudayaan (Kotler 2005). Faktor psikologis

sendiri terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan dan sikap. Banyaknya pilihan makanan yang ditawarkan akan mempengaruhi pilihan konsumen dalam melakukan pembelian. Dalam proses pengambilan keputusan tersebut faktor psikologis menjadi salah satu pengaruhnya.

Variabel dari faktor psikologis (Kristianto, 2011 : 46) tersebut adalah :

#### 1. Motivasi

Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Tiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang didorong oleh suatu kekuatan dalam dirinya, kekuatan itulah yang disebut motif.

Motivasi konsumen Holland Bakery adalah keinginan untuk dapat menikmati cita rasa dari produk Holland Bakery dengan harga yang dapat dikatakan terjangkau, membuat mereka termotivasi untuk membuat keputusan dalam memilih produk dari Holland Bakery di Bandar Lampung.

#### 2. Persepsi

Persepsi sering disebut juga pengamatan, merupakan seluruh proses akal manusia yang sadar. Persepsi adalah suatu proses di mana konsumen menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya, atau dapat dikatakan sebagai proses penerimaan dan adanya rangsangan dalam lingkungan ekstern dan intern. Terjadinya pengamatan atau persepsi berdasarkan pengalaman masa lampau dan sikap sekarang dari konsumen.

Setelah mendapatkan informasi dari apa yang dibutuhkan, akan menimbulkan persepsi atau pandangan tersendiri tentang Holland Bakery. Persepsi akan kualitas dan mutu dari produk Holland Bakery merupakan salah satu pendorong mengapa para konsumen memilih produk dari Holland Bakery.

### 3. Pembelajaran

Pembelajaran menjelaskan perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Ahli teori mengatakan bahwa pembelajaran seseorang dihasilkan melalui suatu proses yang saling mempengaruhi dari dorongan, stimuli, petunjuk, tanggapan, dan penguatan.

Proses pembelajaran dari konsumen Holland Bakery yaitu setelah adanya pengalaman dari konsumen itu sendiri atau informasi dari faktor lingkungan yang diterima oleh konsumen. Jika konsumen merasa puas atas apa yang didapatkan setelah melakukan pembelian, maka konsumen akan loyal, namun sebaliknya jika tidak merasa puas maka konsumen akan beralih.

### 4. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan berlandaskan pada pengetahuan, opini (pendapat), atau mungkin mengandung perasaan. Keyakinan ini membentuk citra terhadap merek dan produk, dan orang berbuat sesuai dengan keyakinannya.

Sikap memberikan penilaian (menerima atau menolak) terhadap objek produk yang dihadapinya. Jadi secara definitif sikap berarti suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikir (neural) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek, yang diorganisir melalui pengalaman.

Setelah adanya proses pembelajaran, akan menimbulkan keyakinan konsumen sendiri untuk menjatuhkan pilihannya kepada produk Holland Bakery, sehingga membentuk citra terhadap produk. Sehingga dengan sendirinya konsumen akan mengambil sikap terhadap produk Holland Bakery yang berujung kepada sikap suka atau tidak suka.

Faktor psikologis mempunyai peranan penting dalam pengambilan keputusan pembelian produk Holland Bakery. Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi atau dorongan dari dalam diri individu, persepsi atau pandangan akan produk Holland Bakery, pembelajaran atau berdasarkan pengalaman dari konsumen, dan keyakinan dan sikap konsumen yang timbul dari pembelajaran atau pengalaman dalam membeli produk dari Holland Bakery yang ditawarkan dan akan berujung kepada loyalitas.

Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa faktor psikologis pada keputusan pembelian terhadap suatu produk berpengaruh secara positif, baik barang maupun jasa. Pada tahun 2008, Fransisa Dewi Ritonga telah melakukan penelitian mengenai faktor psikologis konsumen dan mendapatkan hasil bahwa motivasi mempunyai pengaruh dominan dibandingkan yang lain. Kemudian pada tahun 2009, Febert Deniel Septy melakukan penelitian yang sama mengenai faktor psikologis konsumen dan mendapatkan hasil variabel dari faktor psikologis konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Berdasarkan uraian tersebut maka judul penelitian “**Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Roti Holland Bakery di Bandar Lampung**”

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Permasalahan**

Adanya persaingan bisnis yang terus berkembang menuntut perusahaan untuk terus mengembangkan usahanya dalam menghadapi persaingan ini. Holland Bakery dalam menjalankan usahanya berhadapan dengan kompetitor lainnya. Dengan banyaknya produsen yang menawarkan banyak produk di pasaran akan mengakibatkan kebingungan bagi para konsumen dalam memutuskan produk yang akan dipilih, tetapi dalam hal ini Holland Bakery masih lebih unggul dibandingkan dengan yang lainnya dapat dilihat pada Tabel 1.1. Memahami dan mengenal perilaku konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan bukan hal yang mudah. Keputusan pembelian konsumen terhadap pemilihan suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor dari dalam diri konsumen maupun dari luar diri konsumen..

Pada latar belakang telah dijelaskan bahwa adanya pengaruh positif dari faktor psikologis terhadap keputusan pembelian produk Holland Bakery. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti dengan variabel-variabel yang sama untuk mendapatkan hasil paling tidak lebih besar dibandingkan peneliti terdahulu, merujuk pada pemikiran Kotler dan Keller (2009 : 166) bahwa yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk

membeli suatu produk yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan psikologis. Faktor psikologis sendiri terdiri dari beberapa variabel, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan dan sikap.

### **1.2.2 Rumusan Permasalahan**

1. Apakah variabel-variabel seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap dan keputusan pembelian konsumen dapat memperlihatkan kinerja perusahaan yang dapat dianalisis.
2. Apakah *Faktor Psikologi Perilaku Konsumen* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Holland Bakery pada masyarakat di Bandar Lampung.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kinerja dari variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap dan keputusan konsumen. Jika kinerja perusahaan dapat diketahui, maka perusahaan dapat meningkatkan dan mengembangkan kinerja perusahaan agar tetap memiliki daya saing.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Dengan diketahuinya pengaruh dari *Faktor Psikologi Perilaku Konsumen* terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Holland Bakery, maka perusahaan dapat menetapkan strategi pemasaran yang lebih lanjut.



#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk :

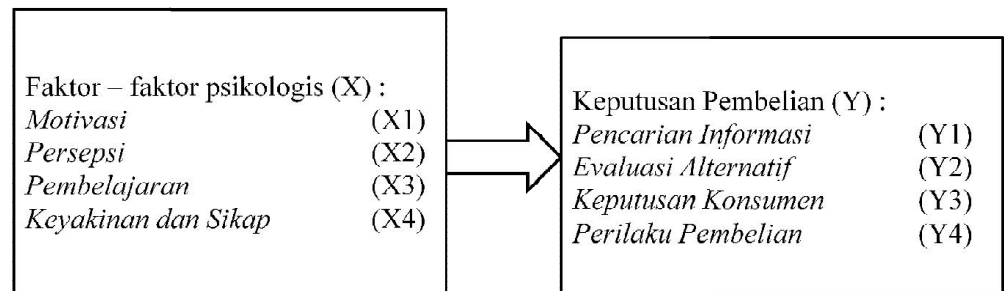
1. Memberikan masukan pada perusahaan yang terkait agar dapat mempertahankan kualitas dan kepercayaan terhadap konsumen.
2. Merupakan kesempatan bagi peneliti menerapkan teori-teori yang diperoleh dan memperluas wawasan peneliti mengenai faktor psikologis konsumen yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen.
3. Sebagai informasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

#### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

Berdasarkan Kotler dan Keller (2009 : 166) bahwa yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan psikologis. Namun, pada penelitian

ini peneliti memfokuskan hanya kepada faktor interen, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan dan sikap.



**Gambar 1.1 Kerangka Konseptual**

## 1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang ada dan akan diuji kebenarannya secara ilmiah.

### **Hipotesis 1 :**

Kinerja variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan atau selera pasar. Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Keyakinan dalam mengambil Keputusan pembelian dapat memperlihatkan kinerja perusahaan.

### **Hipotesis 2 :**

Faktor perilaku psikologis konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Holland Bakery di masyarakat Bandar Lampung.