

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Cokelat adalah salah satu produk hasil olahan dari biji kakao, yang tumbuh subur di daerah tropis termasuk Indonesia. Produksi kakao di Indonesia terus meningkat seiring dengan upaya perbaikan dan peningkatan teknologi. Sehingga Indonesia merupakan produsen kakao terbesar ke-3 di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana. Di Indonesia, produk makanan berbahan dasar cokelat cukup diminati dari berbagai macam kalangan, baik dari anak-anak, remaja, dewasa maupun orang tua. Varian produk cokelat sendiri terbagi berdasarkan jenis cokelat, kadar cokelat (40 - 100%) dan cita rasa. Sedangkan untuk varian rasanya, terdiri dari dark chocolate, sea salt & milk chocolate. Mengenai harga, cokelat lokal ini cukup terjangkau, yaitu berkisar dari harga dua belas ribu hingga empat puluh lima ribu per kemasan.

Selain dari rasanya yang enak dan banyak disukai hampir semua orang, cokelat sendiri memiliki berbagai macam manfaat selain bisa untuk mengurangi stress cokelat juga bisa membantu melawan penuaan dan juga bagus untuk kesehatan kulit. Melihat hal tersebut, banyak pengusaha yang memanfaatkan peluang untuk membangun perusahaan dari bahan dasar cokelat. Baik perkebunan, produksi pengolahan, hingga toko oleh-oleh penjual produk berbahan dasar cokelat.

Chocomory adalah salah satu merek cokelat lokal yang berbasis di Indonesia. Perusahaan ini memproduksi berbagai jenis cokelat dan produk makanan lainnya yang berbahan dasar cokelat dengan berbagai varian rasa dan ukuran kemasan. di Kota Bogor, produk Chocomory memiliki banyak penggemar dan menjadi salah satu pilihan konsumen dalam membeli oleh-oleh. Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, produsen Chocomory perlu mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam pembelian konsumen. Empat faktor utama yang akan di teliti dalam skripsi ini adalah kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi.

Kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan cenderung memilih produk yang memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Produk Chocomory yang memiliki rasa

yang enak, tekstur yang lembut dan kemasan yang menarik dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan membuat mereka lebih memilih produk Chocomory di bandingkan merek lain. Harga juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian, konsumen akan cenderung memilih produk yang memiliki harga yang sesuai dengan kualitas dan nilai dari produk tersebut. Promosi juga menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk Chocomory. Promosi yang baik dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang merek dan produk Chocomory serta membuat mereka lebih tertarik untuk mencobanya. Chocomory melakukan berbagai jenis promosi seperti iklan media massa, promosi penjualan, dan penggunaan *influencer* untuk meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk Chocomory. Lokasi juga menjadi faktor penting karena dapat memudahkan konsumen untuk membeli produk Chocomory. Penempatan produk di toko-toko yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen akan meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan konsumen dalam membeli produk.

Tabel 1. 1 Rekomendasi Produk Cimory

No.	NAMA PRODUK	GAMBAR
1.	Chocomory Choco Pie	
2.	Susu Pasteurisasi	
3.	Squeeze Yogurt Blueberry	
4.	Susu UHT Bebas Laktosa	
5.	Susu UHT Rasa Coklat Almond	
6.	Susu UHT Cokelat Sea Salt	

7.	Chocomory Moo-Moo Roll	
8.	Squeeze Yogurt Mango Sticky Rice	
9.	Yogurt Drink Strawberry	
10.	Greek Style Yogurt Low Fat	

Sumber : MyBest (2023)

Pada Tabel 1.1. Rekomendasi Produk Cimory dapat dilihat bahwa Chocomory pada produk Moo moo roll menempati posisi ke tujuh setelah produk Cimory lainnya, seperti : Chocomory choco pie, Susu pasteurisasi, Squeeze yogurt blueberry, Susu UHT bebas laktosa, Susu UHT rasa coklat almond dan Susu UHT coklat sea salt.

Tabel 1. 2 Nama Outlet Chocomory di Wilayah Kota Bogor

NO.	NAMA OUTLET	ALAMAT OULET
1.	Outlet Pajajaran 20c	Jln. Pajajaran, Ruko Bale Kemang Bogor.
2.	Outlet Pajajaran 18	Jln. Pajajaran No. 18 Bogor

Sumber : Penulis (2023)

Dari data Tabel 1.2. di atas merupakan data 2 *outlet* Chocomory yang berada di wilayah Kota Bogor. Produk yang dijual *outlet* Chocomory cukup lengkap antara lain Pie coklat, Moo moo roll, Cokelat Rocher, Cokelat bar, Gelato, dan produk lainnya. Dan produk yang ditawarkan sudah berkualitas dan bersertifikat BPOM RI dan Halal MUI.

Pada penelitian ini penulis juga telah mencatat jumlah penjualan produk Chocomory yaitu Moo moo roll double chocolate. Berikut ini tabel 1.3. jumlah penjualan produk Chocomory moo-moo roll double chocolate yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Penjualan Chocomory di Wilayah Kota Bogor

No.	NAMA PRODUK	BULAN DAN TAHUN	JUMLAH PENJUALAN
1.	Moo-Moo Roll Double Chocolate	September 2022	3.442 pcs
2.	Moo-Moo Roll Double Chocolate	Oktober 2022	7.994 pcs

3.	Moo-Moo Roll Double Chocolate	November 2022	5.342 pcs
4.	Moo-Moo Roll Double Chocolate	Desember 2022	10.497 pcs
5.	Moo-Moo Roll Double Chocolate	Januari 2023	14.812 pcs
6.	Moo-Moo Roll Double Chocolate	Februari 2023	15.131 pcs

Sumber : Outlet Chocomory (2023)

Berdasarkan Tabel 1.3. di atas terlihat penjualan Moo moo roll double chocolate setiap bulannya meningkat, di bulan September 2022 penjualan sebanyak 3.442 pcs, meningkat pada bulan Oktober 2022 menjadi 7.994 pcs, lalu menurun pada bulan November 2022 menjadi 5.342 pcs, kembali meningkat drastis pada bulan Desember 2022 menjadi 10.497 pcs, meningkat kembali pada bulan Januari 2023 menjadi 14.812 pcs, dan kembali meningkat pada bulan Februari 2023 menjadi 15.131 pcs.

Dalam meningkatkan produk Chocomory di Kota Bogor perusahaan perlu memastikan bahwa produk Chocomory mempunyai kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhan konsumen di Kota Bogor. Serta meningkatkan promosi untuk meningkatkan nilai merek dan menyediakan lokasi toko-toko yang strategis. Berdasarkan uraian latar belakang di atas penelitian di tujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chocomory di Kota Bogor”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan di lapangan, maka terdapat beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Adanya produk yang tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan konsumen Kota Bogor.
2. Kesalahan dalam produksi yang menyebabkan kualitas produk pada rasa dan bentuk produk tidak konsisten.
3. Harga produk yang relatif mahal dibandingkan dengan produk sejenis lainnya.
4. Kurang tepatnya sasaran media promosi yang digunakan oleh Chocomory.
5. Tempat parkir yang kurang memadai di beberapa outlet.

6. Kemacetan yang membuat konsumen enggan ke beberapa outlet karena menghabiskan waktu yang terlalu lama di jalan.
7. Lokasi outlet yang kurang strategis membuat masyarakat kebingungan dalam menemukan tempat.
8. Persaingan kompetitor yang semakin banyak.
9. Kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat atas produk-produk Chocomory yang menyebabkan masyarakat lebih memilih produk lain.
10. Ketatnya persaingan pasar yang membuat orang beralih kepada produk pesaing.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di *Outlet* Chocomory di Kota Bogor menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Melihat produksi dan konsumsi produk Chocomory serta banyaknya ukuran produk Chocomory maka penulis membatasi kepada para konsumen yang membeli produk Chocomory Moo-moo roll double chocolate yang akan diteliti. Begitu pula yang akan menjadi kriteria dalam penelitian kali ini, yaitu para konsumen yang membeli produk Chocomory Moo-moo roll double chocolate di *Outlet* langsung. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan kualitas produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor?
2. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor?
3. Apakah secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor?

4. Apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor?
5. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan kualitas produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor.
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor.
5. Untuk mengetahui apakah secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor.

1.6. Manfaat Penelitian

Selaras dengan tujuan penelitian tersebut, kegiatan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang pengaruh keputusan pembelian produk Chocomory di Kota Bogor.
2. Bagi peneliti, untuk menambah pengalaman, pengetahuan secara teoritik maupun praktikum.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian sebelumnya khususnya yang berkaitan dengan masalah pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap pembelian produk Chocomory di Kota Bogor.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam laporan proposal ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan laporan proposal serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.