

FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT
KONSUMEN DALAM
MELAKUKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI KEDAI HOTMAN
DIMSUM MASA PANDEMI DI
TIRTO UTOMO LANDUNGSARI
KABUPATEN MALANG

Submission date: 28-Jun-2021 01:19AM (UTC+07) *by* VERONIKA MARSELA

Submission ID: 1613213555

VERONIKA MARSELA

File name: UTOMO_LANDUNGSARI_KABUPATEN_MALANG_-_Dapur_mommy_zhezhe.docx.pdf (236.57K)

Word count: 1586

Character count: 10291

2
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN
DALAM MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI HOTMAN
DIMSUM MASA PANDEMI DI TIRTO UTOMO LANDUNGSARI
KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



VERONIKA MARSELA

2017120178

7
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2021**

Ringkasan

3 Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh pelaku usaha untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Bauran pemasaran adalah kombinasi dari tujuh variabel yang dapat menunjang kegiatan pemasaran Kedai Hotman Dimsum Kabupaten Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara parsial yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi, orang, bukti fisik dan proses terhadap minat konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner dari responden yang merupakan konsumen dari Kedai Hotman Dimsum Kabupaten Malang. Responden pada penelitian ini berjumlah 50 responden. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif terhadap minat konsumen, hal ini berdasarkan nilai t hitung sebesar 2,565. Harga berpengaruh positif terhadap minat konsumen, hal ini berdasarkan nilai t hitung sebesar 3,157. Distribusi berpengaruh positif terhadap minat konsumen, hal ini berdasarkan nilai t hitung sebesar 3,128. Promosi berpengaruh positif terhadap minat konsumen, hal ini berdasarkan nilai t hitung sebesar 2,125. Orang berpengaruh positif terhadap minat konsumen, hal ini berdasarkan nilai t hitung sebesar 3,928. bukti fisik berpengaruh positif terhadap minat konsumen, hal ini berdasarkan nilai t hitung sebesar 2,237. Proses berpengaruh positif terhadap minat konsumen, hal ini berdasarkan nilai t hitung sebesar 3,068.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Minat Konsumen

PENDAHULUAN**1.1 Latar Belakang**

Negara Indonesia sudah memasuki era ekonomi ASEAN, dimana sebuah pilar ekonomi komunikasi dapat berdampak terhadap sektor-sektor perekonomian Indonesia. Pada saat sekarang persaingan di pasar sangat berat terutama produk dari Indonesia harus bersaing dengan sehat dengan produk impor. Menurut Peihatminingtyas B, (2017), yang menjadi penunjang majunya perekonomian di Indonesia dan membantu pendapatan masyarakat salah satunya adalah pasar tradisional, pasar tradisional memiliki keunikan tersendiri yaitu pengunjung tidak selalu harus menjadi pembeli melainkan ikut menjadi pedagang. Pasar tradisional mampu menjadi penggerak ekonomi karena mampu memberikan pekerjaan bagi mereka yang pengangguran.

Hasil penelitian Prihatminingtyas B (2015) menyatakan bahwa UMKM mampu mendorong roda perekonomian menjadi lebih baik, hal ini mendukung meminimalisasikan angka kemiskinan. Dengan adanya UMKM ini dapat memberikan pekerjaan bagi siapapun dengan modal minim pun bisa membuka usaha sendiri, untuk meningkatkan pendapatan perlunya jangkauan penjualan yang baik maka dibutuhkan sebuah strategi pemasaran yang maksimal dan mendukung.

Pemasaran dapat diartikan kegiatan yang sudah terencana dengan baik, yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi dalam upaya memenuhi permintaan pasar. Prinsip pemasaran menurut pendapat Prihatminingtyas B (2019) dalam upaya meningkatkan pendapatan bisnis, dengan adanya produk, promosi, penjualan, dan distribusi, atau barang yang ditawarkan, tujuan utama pemasaran untuk mendapat keuntungan dan memberikan keinginan atau kepuasan kepada konsumen.

Bauran pemasaran atau marketing mix merupakan suatu konsep dasar untuk melakukan pemasaran yang memiliki peranan yang sangat penting dalam menjalankan usaha, dikarenakan dapat mempengaruhi konsumen agar memiliki daya beli yang tinggi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat dilihat angka keberhasilan yang dicapai dalam melakukan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:47) bauran pemasaran atau marketing mix mencakup 4 variabel diantaranya adalah produk, harga, distribusi/tempat dan promosi, yang digunakan sebagai alat strategi pemasaran untuk mencapai tujuan yang optimal, namun ada beberapa tambahan variabel yaitu orang, bukti fisik dan proses. Jika digabungkan menjadi 7p dapat disimpulkan bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, distribusi/tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses.

Ada beberapa aspek yang dapat diperhatikan salah satunya kualitas produk, maka dari itu perusahaan berusaha untuk fokus mempertahankan kualitasnya serta dapat membandingkan produknya dengan produk lain yang bersaing bersama dalam pangsa pasar. Produk memiliki tingkatan kualitas yang berbeda-beda disetiap

perusahaan, faktor tingkat kualitas produk yaitu memanfaatkan dasar-dasar dari sifat penjualan sederhana, mengutamakan citarasa dan kepuasan layanan dalam memberikan mutu produk terbaik yang memiliki harga yang dapat dijangkau , sehingga mampu bertahan dari pesaing lainnya yang sama bergerak di bidang makanan yang dapat diberikan ke konsumen/masyarakat. (Firmansyah, 2019)

Luasnya jumlah pesaing yang ada kini menimbulkan aneka faktor yang dapat pengusaha ciptakan di antara nya membuat produk yang berbeda, agar dapat dengan mudah untuk diingat dan diminati konsumen, ada beberapa faktor penyebab konsumen mau membeli ulang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan diantaranya kualitas produk, pelayanan, harga, promosi dan citra merek itu sendiri. (Setyaningrum F, 2019)

Di dalam menentukan sebuah keuntungan yang ditimbulkan dari penjualan produk maka perlunya sebuah laporan keuangan untuk melihat laba dan rugi. Menurut (Setyaningrum, 2019) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkatan pemahaman laporan salah satunya berupa penafsiran, Di dalam tahap ini diharapkan bisa membentuk bagian kecil setelah membuat akun untuk laporan keuangan, untuk bisa menghitung harga pokok produk diharapkan pelaku usaha terlebih dahulu memahami laporan yang ada pada umkm-nya hal ini dilakukan agar pemilik umkm dapat mengetahui jumlah aset yang sedang dimiliki dan maupun hutang demi berkembangnya sebuah usaha yang sehat.

Karena adanya permasalahan perekonomian yang disebabkan oleh pandemi atau covid-19 banyak umkm yang harus berjuang untuk membantu pemulihan perekonomian Negara. Menurut (Pakpahan, 2020) dengan adanya wabah covid-19 ini menyebabkan ekonomi mengalami dampak yang buruk pada sektor perekonomian hal ini terjadi dengan signifikan mengancam perekonomian nasional Indonesia, ada 3 hal utama yang paling berdampak di antaranya sektor pariwisata, perdagangan, serta investasi. Umkm salah satu yang ada di Indonesia yang berperan dalam meningkatkan pendapatan perekonomian nasional menghadapi dampak yang sangat serius tidak hanya bagian penyuplai produk atau produksi, karyawan juga banyak yang di PHK dan harus kehilangan pekerjaan, yang menimbulkan kurang daya konsumtif atau daya beli masyarakat karenanya masyarakat sekarang sangat menjaga pengeluarannya atau mengurangi berbelanja, ini menyebabkan turunnya minat beli terhadap barang yang biasa dikonsumsi sehingga penjual dan produsen juga terkena imbas dari covid-19.

Karena kondisi saat ini tidak mendukung ¹⁶ untuk bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli, terjadi penurunan penjualan karena masyarakat diharuskan ¹⁵ berdiam diri di dalam rumah, oleh sebab itu banyak UMKM menutup toko usahanya ini terjadi disebabkan adanya pemberlakuan Pembatasan Sosial. Dengan itu masyarakat sekarang beralih ke system *E-commerce* yang merupakan penjualan produk dilakukan secara online. Saat ini memang seharusnya sudah menggunakan sistem online dengan kondisi ini menjadi salah satu pilihan untuk

membuat pangsa pasar yang baru dan berbeda dari sebelumnya. Beberapa upaya yang dilakukan umkm untuk memasarkan produknya dengan membuat konten kreator produk di akun sosial media seperti di ig, fb, wa, web, telegram dan lainnya yang mudah untuk diakses dan menjangkau semua kalangan dan sesuai kriteria masing-masing. (Hardilawati, 2020)

Pentingnya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat atau minat konsumen dalam membeli produk Hotman dimsum di Kab Malang saat pandemi, kepuasan konsumen menjadi faktor penting untuk terjadinya sebuah keberhasilan usaha, secara umum kepuasan konsumen adalah prioritas utama yang harus dijaga dan dibentuk sehingga dapat memberikan rasa nyaman terhadap jasa yang ditawarkan dengan begitu timbul rasa minat konsumen untuk membeli jasa tersebut, dengan demikian penelitian ini peneliti membuat judul “ **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Di Kedai Hotman Dimsum Masa Pandemi Di Tirta Utomo Landungsari Kabupaten Malang**”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan dari latar belakang diatas maka rumusan masalah atau inti pokok dari pembahasan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana produk berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirta Utomo Landungsari Kab Malang?

2. Bagaimana harga berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirto Utomo Landungsari Kab Malang?
3. Bagaimana distribusi atau tempat berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirto Utomo Landungsari Kab Malang?
4. Bagaimana promosi berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirto Utomo Landungsari Kab Malang?
5. Bagaimana orang berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirto Utomo Landungsari Kab Malang?
6. Bagaimana bukti fisik berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirto Utomo Landungsari Kab Malang?
7. Bagaimana proses berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirto Utomo Landungsari Kab Malang?
8. Bagaimana produk, harga, distribusi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses berpengaruh terhadap minat konsumen Hotman dimsum di Tirto Utomo Landungsari Kab Malang?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan produk berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirto Utomo Landungsari Kab Malang.

2. Untuk menjelaskan harga berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirta Utomo Landungsari Kab Malang.
3. Untuk menjelaskan distribusi atau tempat berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirta Utomo Landungsari Kab Malang.
4. Untuk menjelaskan promosi berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirta Utomo Landungsari Kab Malang.
5. Untuk menjelaskan orang berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirta Utomo Landungsari Kab Malang.
6. Untuk menjelaskan bukti fisik berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirta Utomo Landungsari Kab Malang.
7. Untuk menjelaskan proses berpengaruh terhadap minat konsumen dimsum di Tirta Utomo Landungsari Kab Malang.
8. Untuk menjelaskan produk, harga, distribusi, promosi, orang, bukti fisik dan proses berpengaruh terhadap minat konsumen Hotman dimsum di Tirta Utomo Landungsari Kab Malang.

11

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan atau ilmu yang bermanfaat dalam memperbanyak pengembangan ilmu terutama tentang bauran pemasaran untuk memberikan dampak positif untuk berwirausaha.

2. Manfaat akademis

12

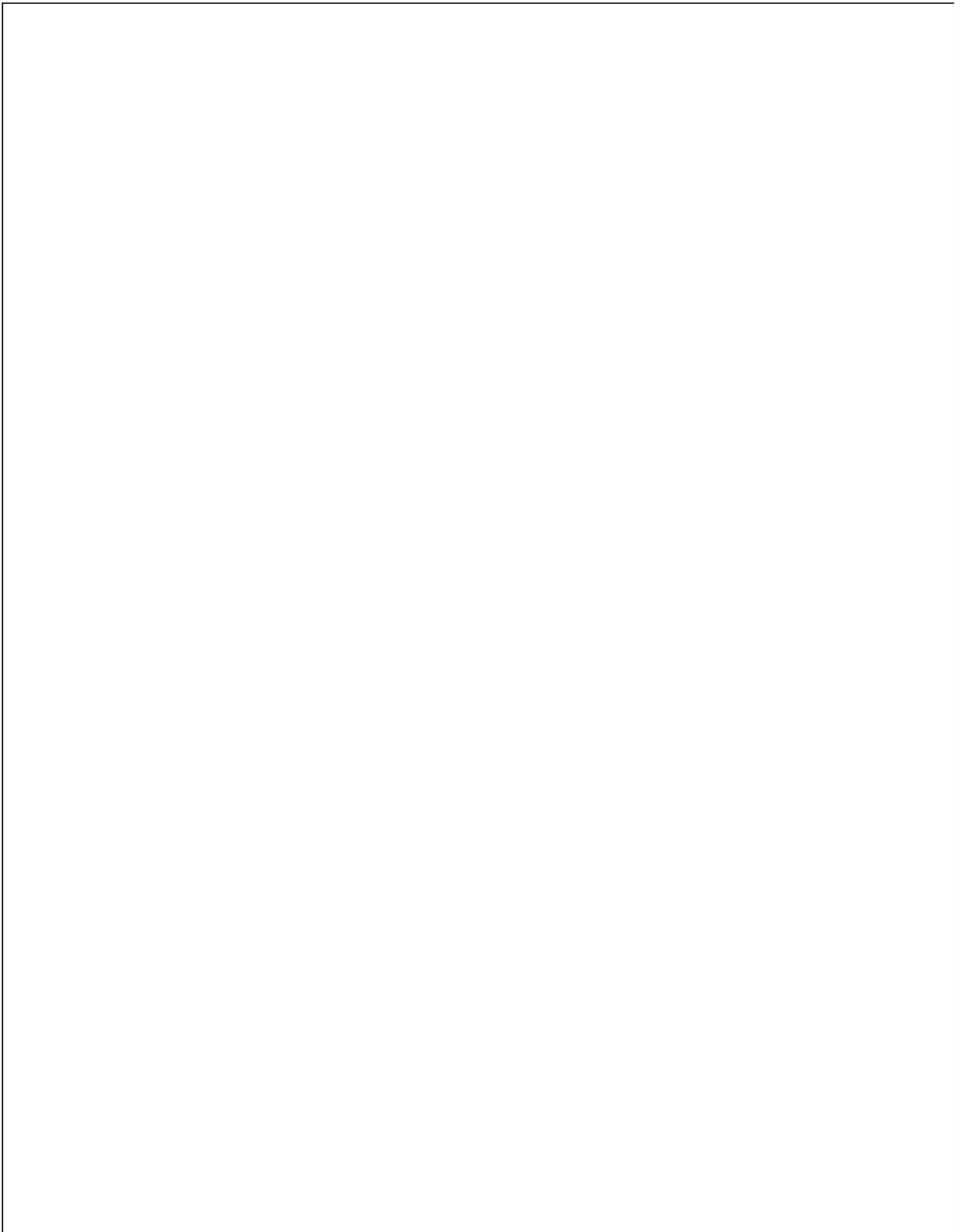
Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan acuan maupun referensi bagi mahasiswa untuk kajian penelitian selanjutnya yang berada di Universitas Tribhuwana Tungadewi.

3. Manfaat praktis

Hasil penelitian secara praktis diharapkan dapat menyumbangkan pola pemikiran dan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan atau pelaku bisnis dalam menetapkan kebijakan dan strategi bauran pemasaran untuk mengembangkan usaha bisnis mereka.

1.5 Ruang lingkup

Produk Hotman dimsum merupakan makanan terkini yang terletak di desa landungsari tepatnya di jalan tirta utomo, variabel yang Akan digunakan yaitu bauran pemasaran yang terdiri dari 7p dengan mengkaji minat konsumen terhadap produk dimsum yang ditawarkan.



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI HOTMAN DIMSUM MASA PANDEMI DI TIRTO UTOMO LANDUNGSARI KABUPATEN MALANG

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.ums.ac.id Internet Source	4%
2	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	4%
3	lifestyleeco.wordpress.com Internet Source	2%
4	repository.uph.edu Internet Source	2%
5	text-id.123dok.com Internet Source	2%
6	ejournal.stiesia.ac.id Internet Source	1%
7	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	1%
8	repository.ub.ac.id Internet Source	1%

9	123dok.com Internet Source	1 %
10	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.usu.ac.id Internet Source	1 %
12	eprints.undip.ac.id Internet Source	1 %
13	repository.unpas.ac.id Internet Source	1 %
14	bukaloka.com Internet Source	1 %
15	carainvestasibisnis.com Internet Source	1 %
16	ayobelajarhaki.wordpress.com Internet Source	1 %
17	id.123dok.com Internet Source	1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN
DALAM MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI
HOTMAN DIMSUM MASA PANDEMI DI TIRTO UTOMO
LANDUNGSARI KABUPATEN MALANG

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11
