

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia usaha saat ini semakin ketat dalam berkompetisi. Globalisasi ekonomi dan kemajuan teknologi telah membuat para pelaku usaha bebas menembus pasar Internasional, konsumen pun semakin bebas memilih jenis dan kualitas produk karena konsumen pada saat ini dihadapkan pada banyak alternatif pilihan produk yang akan dikonsumsi.

Pemasaran merupakan hal terpenting dalam suatu perusahaan karena pemasaran sebagai penggerak perusahaan untuk mencapai kesuksesan. Strategi pemasaran yang tepat dan efektif seperti kebijakan promosinya, strategi menentukan harga, proses distribusi yang tepat, dan mengenal lingkungan pasar. Hal tersebut dapat menentukan peningkatan penjualan dan posisi perusahaan (produk) di pasar.

Dalam memasarkan produk, masalah perilaku konsumen menjadi faktor utama yang harus dipertimbangkan dalam era persaingan yang sangat kompetitif sekarang ini. Hal-hal yang harus dipertimbangkan dalam masalah perilaku konsumen adalah siapa yang akan membeli, kemudian siapa yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk. Berkaitan dengan pertanyaan mengenai siapa yang akan menjadi konsumen ini, pada dasarnya pada studi marketing sangat berkaitan dengan masalah segmenting-targeting-and positioning (STP).

Perilaku konsumen juga berkaitan dengan masalah keputusan pembelian, dimana dalam mengambil keputusan pembelian akan suatu produk tertentu, pada dasarnya konsumen akan dipengaruhi oleh banyak faktor dan melalui suatu proses. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk. Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi – informasi yang ia ketahui dengan realitas tentang produk itu setelah ia menyaksikannya.

Seperti bisnis makanan pizza yang dikenal sebagai makanan untuk kalangan menengah atas dikarenakan harga yang mahal. Hal ini menjadi peluang bisnis untuk membuka bisnis makanan pizza dengan harga yang murah dengan kualitas yang terbaik, agar pizza dapat dinikmati oleh semua kalangan, mulai dari kalangan menengah atas sampai menengah kebawah.

Saat ini bisnis pizza mulai dikembangkan dengan harga yang lebih ekonomis dan terjangkau, sehingga para pelaku bisnis mulai memanfaatkan peluang tersebut. Salah satunya *Panties Pizza* merupakan bisnis pizza dengan harga yang ekonomis dan terjangkau sehingga *panties pizza* dapat dinikmati oleh semua kalangan. *Panties pizza* merupakan hidangan “calzone” sejenis pizza lipat berbentuk setengah lingkaran dengan ukuran yang cukup besar yang berasal dari Italy. Tidak seperti pizza pada umumnya yang berbentuk lingkaran dengan topingnya yang ada dipermukaan.



Gambar 1 1 Logo Panties Pizza

Panties pizza berdiri pada Mei 2013 oleh Johan Permana di kota Solo yang merupakan bisnis pizza pertama di Solo yang menyajikan jenis pizza lipat. *Panties Pizza* mulai berkembang hingga ke berbagai kota besar di Indonesia, sehingga saat ini sudah mempunyai banyak cabang di sejumlah daerah di Indonesia. Salah satunya di Surabaya, terdapat tiga cabang *Panties Pizza*. Berikut perkembangan tiga cabang *Panties Pizza* di Surabaya :

Tabel 1 1 Perkembangan Panties Pizza Di Surabaya

Tahun	Gerai Panties Pizza
Juni 2015	Jl. Klampis Jaya 10C
Desember 2016	Jl. Mayjend Yono Soewoyo No. 64-64A (Jl. Raya Babatan Unesa)
Mei 2017	Tunjungan Plaza 2 LG 43-44
Juni 2019	Cabang Klampis pindah ke Jl. Mleto 42C

Sumber : *Panties Pizza* Surabaya, diolah peneliti, 2019

Panties Pizza cukup berpengalaman dalam menghadirkan berbagai varian pizza lipat dengan bentuk *Panties Pizza* berukuran tidak terlalu besar dimana 1 porsi terdapat 4 potongan dengan citarasa yang khas dan lumernya keju mozarella nya. Makanan khas Italia ini memiliki tekstur renyah diluarnya namun lembut dibagian dalamnya . Variasi rasanya pun bermacam-macam dan dalam menu *Panties Pizza* terdapat nama-nama yang unik, seperti ada menu *1001 Night Pizza* berbentuk *Calzone* dengan bahan isian daging dan sayur-mayur khas kebab, *Broadway Pizza* dengan isian asap daging sapi, Tuna Maya dengan isian daging ikan tuna. *Panties Pizza* memberikan nama menu yang unik bertujuan untuk menarik perhatian pengunjung. Hal tersebut merupakan salah satu faktor yang membuat *Panties Pizza* mampu berkembang hingga ke berbagai kota besar di Indonesia. Berikut menu dan harga *Panties Pizza* :



Gambar 1 2 Menu dan harga Panties Pizza



Gambar 1 3 Menu dan harga Panties Pizza



Gambar 1 4 Menu Panties Pizza

Segmentasi pasar pada *panties pizza* bervariasi mulai dari remaja hingga keluarga. Meskipun harganya murah bukan berarti *panties pizza* ini produk yang murahan, *panties pizza* menggunakan bahan baku yang berkualitas. Namun masih banyak yang beranggapan bahwa *panties pizza* dikenal mahal. Sehingga fenomena tersebut perlu untuk dikaji melalui penelitian kembali dengan mengambil judul penelitian “**Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Panties Pizza* di Surabaya**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah strategi segmentasi pasar yang terdiri dari geografis, demografis, dan psikografis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *Panties Pizza* di Surabaya ?
2. Apakah strategi segmentasi pasar yang terdiri dari geografis, demografis, dan psikografis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *Panties Pizza* di Surabaya ?
3. Mana diantara ketiga strategi segmentasi pasar yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian *Panties Pizza* di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah disebutkan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan strategi segmentasi pasar yang terdiri dari geografis, demografis, dan psikografis terhadap keputusan pembelian *Panties Pizza* di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial strategi segmentasi pasar yang terdiri dari geografis, demografis, dan psikografis terhadap keputusan pembelian *Panties pizza* di Surabaya.
3. Untuk menganalisis diantara ketiga strategi segmentasi pasar yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian *Panties Pizza* di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tertentu bagi beberapa pihak antara lain:

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk lebih memahami strategi pemasaran khususnya strategi segmentasi pasar yang mampu berkontribusi tinggi terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan kedepannya.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan pelatihan bagi peneliti didalam menganalisis sebuah masalah serta untuk menambah wawasan peneliti dan mengaplikasikan teori secara nyata yang diperoleh selama menempuh studi di Universitas Narotama Surabaya.

1.5 Batasan Penelitian

Agar permasalahan yang dianalisis sesuai dengan permasalahan yang sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penulis membatasi penelitian sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini hanya dilakukan pada Panties Pizza Surabaya. Oleh sebab itu, apabila terdapat kota yang lain, maka tidak bisa dihubungkan dalam penelitian ini.
2. Pengukuran pengambilan keputusan pembelian yang mengambil 3 variabel bebas yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi psikografis. Apabila ada pengukuran yang menggunakan variable lain, maka tidak akan dibahas dalam penelitian ini.

