

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini dimotivasi dengan adanya fenomena endorsement di bidang marketing bisnis yang dimana dapat meningkatkan popularitas dan omset penjualan produk tersebut dengan cepat karena ada public figure (exposure) yang membantu mempromosikan. Daya tarik penelitian Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Dapoer ROA Dengan Exposure Sebagai intervening sehingga dapat mengetahui seberapa berpengaruh signifikan dan positif endorsement (exposure) terhadap keputusan pembelian Kedai Dapoer ROA.

* Pengertian Branding menurut Landa (2006:4) telah berkembang dari sekedar merek atau nama dagang dari produk, jasa atau perusahaan yang berkaitan dengan hal kasat mata dari merek seperti nama dagang, logo, atau ciri visual lainnya, kini juga berarti citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan di benak konsumen.

Branding merupakan salah satu cara membedakan bisnis dari pesaing dan mengklarifikasi apa yang ditawarkan sehingga membuat bisnis menjadi lebih baik, berbeda dan menjadi lebih baik. Produk yang mempunyai brand akan lebih mudah untuk dipromosikan dan menjadi daya tarik konsumen. Promosi sebuah brand akan membuat mudah mempromosikan produk dengan menampilkan logo brand tersebut. Branding atau membangun kesadaran merek merupakan hal terpenting untuk mengembangkan usaha.

* Kedai Dapoer ROA merupakan rumah makan yang berada di kota Bojonegoro yang berdiri pada tahun 2017. Kedai Dapoer ROA menyajikan menu

khas daerah Sulawesi Utara karena pemilik kedai ini adalah dua bersaudara yang bernama Angella Novila Manda dan Algoldy Arsellie yang berasal dari Manado Sulawesi Utara dengan ciri khas ikan Roa dan ikan Cakalang dan jajanan ringan khas Indonesia Timur. Pada awalnya sang pendiri Kedai Dapoer ROA hanya memiliki menu yaitu Sambal ROA Botol yang dimana bahan utama ikan Roa di datangkan langsung dari Sulawesi Utara dan seiring berjalannya waktu peminat Sambal ROA menjadi tinggi sehingga kini berdiri Kedai Sambal Roa pada awal Tahun 2017, begitu juga dengan menu yang di sajikan kini merembet ke makanan berat khas Sulawesi Utara seperti: Bubur Manado Sambal ROA, Pampis Cakalang Sambal ROA, dan juga beraneka ikan laut bakar yang juga disajikan dengan Sambal Dabu dan ROA. Menu kemasan Kedai Dapoer ROA pun bertambah yang tadinya hanya Sambal ROA botol kini ada penambahan menu yaitu Pampis Cakalang ROA yang dikemas sedemikian rupa sehingga bisa dikirim ke luar kota.

* Exposure merupakan sponsor berbayar di media sosial / orang yang berpengaruh seperti: artis, selebgram, Vloger, Yutuber. yang di endorse sehingga bisa menginfluence atau memiliki power untuk meningkatkan penjualan dan brand image.

Branding Kedai Dapoer ROA yang menggunakan jasa Exposure merupakan fenomena marketing yang lagi marak di era sekarang karena menggunakan jasa orang yang terkenal untuk mengenalkan produk sehingga menambah adanya peminat dan juga pembeli.

Kenapa saya meneliti itu? Karena persaingan yang semakin ketat pelaku usaha khususnya kuliner perlu melakukan strategi marketing yang efektif dan tepat sasaran, di era modern yaitu era teknologi 4.0 yang dimana sertiap orang memerlukan Smartphone untuk melakukan aktivitas apapun melalui sosmed

sehingga memunculkan peluang baru para pelaku usaha untuk melakukan branding dengan bantuan jasa dari Exposure entah itu Artis, Selebgram, Yutuber, Vloger, atau orang yang memiliki power untuk membantu keputusan pembelian konsumen.

Seperti dilakukan oleh Kedai Dapoer ROA yang menggunakan jasa Selebgram makanan di kota Bojonegoro yaitu akun Instagram bjn.foodies yang memiliki pengikut aktif sekitar 34.000 follower yang aktif memburu kuliner yang menarik dan enak di kota Bojonegoro. Disini saya tertarik meneliti seberapa efektif penggunaan jasa Selebgram untuk meningkatkan keputusan pembelian. Apa Exposure berpengaruh signifikan?

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah branding berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kedai Dapoer ROA?
2. Apakah branding mempengaruhi exposure?
3. Apakah exposure mempengaruhi keputusan pembelian?
4. Apakah branding melalui jasa exposure berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kedai Dapoer ROA ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian harus menjelaskan kesimpulan akhir yang ingin dicapai dalam suatu penelitian. Tujuan harus ditulis sebagai pernyataan. Saat menulis bagian tujuan penelitian, yang terbaik adalah memulai dengan tujuan umum penelitian. Setelah tujuan keseluruhan telah dijelaskan, kemudian tulis tujuan spesifik tentang setiap variabel penelitian kunci yang diidentifikasi.

Tujuan penelitian termasuk bagian penting dalam penelitian, sehingga peneliti perlu menuliskannya secara terpisah dari aspek-aspek lain dalam proposal penelitiannya, dan ia juga perlu membingkainya dalam satu kalimat atau paragraf yang mudah dipahami oleh pembaca. Untuk memperjelas pemahaman kita tentang tujuan penelitian, artikel ini akan mengulas tentang pengertian tujuan penelitian, jenis, dan cara menulisnya.

Pada awal proyek penelitian, sangat membantu bagi peneliti untuk menggunakan kalimat deklaratif untuk menyatakan tujuan utama atau tujuan proyek dalam istilah tertentu. Para penulis metodologi penelitian juga sering memasukkan tujuan penelitian ini ke dalam bagian-bagian lain seperti rumusan masalah atau hipotesis penelitian.

Walkinson (1991), misalnya menjelaskan tujuan penelitian dalam konteks rumusan masalah dan sasaran penelitian. Penulis-penulis lain merujuknya sebagai salah satu aspek dari masalah penelitian (Castetter dan Heisler, 1997). Akan tetapi, pembahasan mereka tetap menunjukkan bahwa tujuan penelitian merupakan gagasan inti dari suatu penelitian.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh branding terhadap keputusan pembelian di Kedai Dapoer ROA.

2. Untuk mengetahui pengaruh branding terhadap exposure.
3. Untuk mengetahui apakah exposure berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Kedai Dapoer ROA.
4. Untuk mengetahui pengaruh branding melalui jasa exposure terhadap keputusan pembelian di Kedai Dapoer ROA.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian, baik bagi kepentingan pengembangan program maupun kepentingan ilmu pengetahuan.

Suatu penelitian penting untuk dilakukan dengan tujuan utama yaitu menginformasikan tindakan, membuktikan teori, dan berkontribusi dalam mengembangkan pengetahuan di bidang atau studi. Berikut ini beberapa hal yang menunjukkan pentingnya penelitian, antara lain:

1. Sebagai alat untuk membangun pengetahuan dan memfasilitasi pembelajaran
2. Untuk memahami berbagai masalah dan meningkatkan kesadaran publik
3. Sebagai cara untuk membuktikan kebohongan dan mendukung kebenaran
4. Untuk menemukan, mengukur, dan merebut peluang

Penelitian yang dilakukan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat konseptual penelitian adalah cara yang berpotensi untuk menginformasikan kebijakan. Ketika digunakan secara konseptual, penelitian berfungsi untuk memperkenalkan ide-ide baru, membantu orang mengidentifikasi masalah dan solusi yang sesuai dengan cara-cara baru, dan menyediakan kerangka kerja baru untuk memandu pemikiran dan tindakan.

Terlebih lagi, penggunaan penelitian konseptual dapat memiliki konsekuensi jangka panjang. Alih-alih memengaruhi satu keputusan, itu membentuk bagaimana orang melihat dunia, bagaimana mereka merespons masalah yang mereka hadapi dalam pekerjaan mereka sehari-hari, dan bagaimana mereka merancang dan mengelola solusi. Ini menyentuh tidak hanya pembuatan kebijakan tetapi juga implementasi kebijakan. Untuk memperjelas pemahaman kita tentang manfaat penelitian, artikel ini akan mengulas tentang pengertian manfaat penelitian, jenis, fungsi, dan cara menulisnya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Owner Kedai Dapoer ROA

Hasil penelitian ini diharapkan bagi owner Kedai Sambal ROA dapat menggunakannya dan memberikan gambaran serta masukan baik konsep maupun pemasaran, khususnya dalam memilih cara branding yang paling efektif dan meningkatkan eksistensi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi, dan mendukung peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian tentang Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Pembelian dengan Exposure sebagai intervening.