

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era sekarang kedai susu adalah rumah nyaman sebagai tempat menikmati susu kesukaan. Kedai susu dibuat dengan kenyamanan dan didesain dengan konsep menarik yang membuat pengunjung tak hanya menikmati minum susu tetapi juga membuat terbawa akan suasana nyaman kedai. Kedai susu juga memiliki beberapa fungsi lain selain menyediakan produk minuman susu, kedai dimanfaatkan sebagai tempat bersantai dan bercengkrama.

Dalam menjalankan suatu usaha agar dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan harus menyiapkan langkah - langkah dalam strategi pemasaran dan bauran pemasaran. Strategi pemasaran menurut W.Y. Stanton adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembelian aktual maupun potensial. Setelah strategi pemasaran di tetapkan maka langkah selanjutnya harus merencanakan rincian bauran pemasaran. Adapun langkah-langkah bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya yang terdiri dari “Empat P” yaitu: *Product, Price, Place, Promotion*.

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang banyak terdapat kedai susu. Di tengah maraknya kedai susu segar di Kota Yogyakarta, ada beberapa tempat yang menarik untuk dikunjungi yaitu Nyonya Muda dengan tagline “Pemuas Nafsu

Dahaga” yang beralamat di Jalan Wates km 5,5 Jogja. Seperti namanya, Kedai Susu Nyonya Muda sebagai tempat santai yang menyajikan aneka olahan susu segar, mulai dari susu pasteurisasi sampai *milk shake*. Banyak aktivitas yang dilakukan di kalangan remaja sampai lanjut usia yang menginginkan pola hidup sehat, oleh karena itu Kedai Susu Nyonya Muda bisa menjadi tempat sehat untuk memenuhi asupan gizi mereka. Saat ini produk yang ditawarkan terdiri dari susu segar dengan varian rasa seperti vanilla, mocha, strawberry, kopi, leci, melon, oreo cookies, caramel, pisang, durian, alpukat, green tea, hazelnut, kacang hijau, dan cappuccino. Susu segar di sajikan dengan gelas berukuran 300ml dan 550ml. Konsumen bisa menikmati susu segar dengan kondisi dingin maupun panas tergantung selera. Kedai Nyonya Muda juga menyajikan inovasi dari olahan susu segar seperti *milk shake*. Harga yang ditawarkan di Kedai Susu Nyonya Muda cukup terjangkau mulai dari Rp. 7.000 sampai dengan Rp. 16.000 sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk yang di tawarkan. Selain itu, Nyonya muda juga menyediakan aneka cemilan. Keunikan dari suatu usaha merupakan hal penting yang dapat menjadi kelebihan sebagai pembeda untuk bersaing dengan jenis usaha yang sama. Nyonya Muda mempunyai keunikan dari segi proses pembuatan produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen, karena dapur tepat di depan meja pelanggan. Keunggulan dari Kedai Susu Nyonya Muda lainnya yaitu sofa yang disediakan membuat pelanggan betah berlama-lama, Kedai Susu Nyonya Muda juga menyediakan fasilitas berupa layar proyektor untuk menonton dan sambil mendengarkan musik. Untuk mendukung pemasaran bisnis, bisa dilakukan dengan memasang spanduk atau neon box yang berukuran cukup besar

di depan lokasi kedai, Kedai Susu Nyonya Muda menggunakan beberapa strategi pemasaran, yaitu dengan cara memasang neon box yang berukuran besar agar menarik minat masyarakat dan mempermudah konsumen untuk mengetahui keberadaan Kedai Susu Nyonya Muda. Selain dari itu Kedai Susu Nyonya Muda juga mengadakan *live acoustic* pada eventv - event tertentu. Semua konsumen yang datang ke Kedai Susu Nyonya Muda memiliki tingkat selera atau preferensi yang berbeda-beda, bisa di tinjau dari beberapa hal seperti produk, fasilitas yang disediakan dan pelayanan yang ditawarkan pihak Kedai Susu Nyonya Muda. Segmentasi pasar sangat berpengaruh pada kemajuan ekonomi bidang kuliner maka dari itu harus dipertimbangkan dan dipikirkan dengan cermat dan efektif karena pasar merupakan salah satu dari pendistribusian suatu usaha, sedikit saja kelalaian dan kecerobohan dapat mengurangi penghasilan usaha, dan mengakibatkan banyak dampak negatif bagi perkembangan usaha. Target dari Kedai Susu Nyonya Muda adalah membidik pasar bawah - menengah, dimana produk yang dijual bisa di dapatkan semua kalangan masyarakat, dari Anak – Anak, Remaja, hingga Orang dewasa, selain itu target pasar terbesarnya adalah mahasiswa karena lokasi kedai memang berada di lingkungan mahasiswa.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Jika konsumen merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Barang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan.

Wulan dan Budi (2013) faktor - faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli susu UHT adalah harga jual, rasa, susunan gizi, faktor yang dominan menentukan keputusan pembeli dalam membeli produk susu UHT adalah faktor rasa produk susu. Cholifatul dan Bambang (2013) faktor - faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di Milky Story adalah harga produk, pelayanan berpakaian, sopan dan rapi, tempat mudah dijangkau alat transportasi dan adanya fasilitas *free wifi*.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik mengkaji lebih jauh untuk mengetahui siapa konsumen yang memilih Kedai Susu Nyonya Muda untuk memenuhi kebutuhan konsumen susu segar dan faktor - faktor apa terkait dengan (tempat, pelayanan, harga dan promosi) yang menyebabkan faktor dominan konsumen lebih memilih kedai dalam pembelian susu segar di Kedai Susu Nyonya Muda.

## **B. Tujuan**

1. Untuk mengetahui profil konsumen susu di Kedai Susu Nyonya Muda Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi susu di Kedai Susu Nyonya Muda Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman.
3. Untuk mengetahui loyalitas konsumen dalam membeli susu di Kedai Susu Nyonya Muda Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman.

### **C. Kegunaan**

Dengan dilaksanakan penelitian ini diharapkan:

1. Bermanfaat bagi pelaku usaha khususnya Kedai Susu Nyonya Muda sebagai bahan masukan untuk mengetahui informasi mengenai konsumen khususnya karakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan pembelian konsumen sehingga dapat menyusun strategi dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta diharapkan dapat bertahan di tengah persaingan.
2. Bermanfaat bagi perguruan tinggi, sebagai sumber atau referensi informasi yang dapat digunakan sebagai acuan penelitian berikutnya.