

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan produksi pasar kuliner di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang semakin pesat, ditandai dengan banyaknya bisnis yang berkembang. Bisnis yang mengalami perkembangan yaitu bisnis kuliner, salah satunya bisnis roti. Walaupun roti sebagai pangan tambahan, roti tetap banyak diminati oleh konsumen di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari produksi berbagai jenis roti yang dapat memberikan kontribusi cukup besar kepada produksi makanan di Indonesia. Berbagai jenis roti ditawarkan dengan rasa dan bentuk yang menarik. Melihat perkembangan bisnis yang terjadi, pertumbuhan roti saat ini berupaya mengimbangi kebutuhan masyarakat. Seiring dengan adanya perubahan yang terjadi di dunia pemasaran, para pelaku bisnis harus berubah karena persaingan antar perusahaan yang sejenis ataupun yang tidak sejenis berupaya menguasai pasar yang semakin meningkat dan konsumen semakin menuntut perusahaan untuk memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya agar kebutuhan pasar yang semakin variatif dapat terpenuhi. Oleh karena itu, perusahaan mencoba untuk memahami kebutuhan pelanggan agar mendapatkan respon positif di mata pelanggan. Pengusaha dituntut untuk lebih inovatif agar usahanya mampu bertahan dengan ketatnya persaingan pada bisnis tersebut. Masyarakat juga bisa menciptakan sebuah produk yang sangat unik serta produk yang menarik untuk bersaing dengan jenis produk lainnya. Produk yang dipasarkan dilakukan dengan berbagai macam cara untuk menarik para pelanggan untuk membeli produk yang sudah ditawarkan tersebut.

Roti didefinisikan sebagai makanan yang terbuat dari tepung terigu yang diragikan dengan ragi roti kemudian dipanggang. Dalam pembuatan roti dapat ditambahkan ke dalam adonan bahan lainnya yang dapat memberikan warna, rasa, dan aroma, antara lain garam, gula, susu, lemak, dan pelezat seperti coklat, keju, kismis, dan buah kering. Dalam dunia usaha, banyak pesaing yang sudah menjadi umum terjadi, persaingan yang ketat menuntut setiap perusahaan saling berkompetensi agar setiap perusahaan memperhatikan efektifitas dan efisiensinya dalam penggunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk

mencapai sebuah tujuan. Salah satunya bisnis olahan roti dapat dilihat dari usaha roti rumahan hingga industri modern. Walaupun sebagai pangan tambahan, roti tetap banyak diminati oleh konsumen di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari produksi berbagai jenis roti yang dapat memberikan kontribusi cukup besar kepada produksi makanan di Indonesia.

Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk mempunyai peranan yang sangat penting untuk setiap pelanggan dalam memilih ataupun membeli suatu produk. Kualitas produk andalan dari barang ketika dijalankan seperti ketahanan barang, kemudahan dan lainnya. Saat ini kebutuhan manusia semakin meningkat karena adanya tingkatan didalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, pelanggan akan mengetahui berbagai macam kebutuhan maupun keinginannya sebelum membeli sebuah produk.

Menjaga serta mempertahankan pelanggan bukanlah pekerjaan yang mudah, hal tersebut tergantung bagaimana kemampuan sebuah perusahaan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Untuk meningkatkan minat beli pada pelanggan perusahaan harus memberikan inovasi baru pada produknya meningkatkan kualitas bahan baku dan mempertahankan cita rasa khas perusahaan. Minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Pelanggan adalah seorang individu yang secara *continue* dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut.

Kunci utama dalam mempertahankan pelanggan yaitu dengan menciptakan inovasi baru dan untuk meningkatkan suatu nilai tambah suatu produk dan memberikan solusi yang lebih baik bagi permasalahan konsumen, inovasi produk adalah sebuah pengenalan atas barang atau jasa yang baru dengan peningkatan karakteristik atau kegunaan produk tersebut juga dianggap sebagai nilai tambah hasil dari inovasi produk yang dilakukan perusahaan. Hubungan antara inovasi produk dengan minat beli pelanggan ialah inovasidilakukan untuk membuat suatu terobosan baru dalam suatu produk. Inovasi produk yang kuat akan berimbasi pada keunggulan bersaing untuk produk itu sendiri. Apabila suatu produk memiliki

keunggulan bersaing yang kuat akan memberikan pengaruh terhadap minat beli. Hal tersebut akan memberikan dampak kepada konsumen untuk melakukan minat beli dan membeli ulang produk.

Proses produksi harus tetap memperhatikan kualitas produk meskipun perusahaan selalu berupaya memberi inovasi baru pada suatu produknya karena akan berpengaruh terhadap keberlangsungan proses produksi dan kesehatan para konsumennya. Kualitas produk dengan bahan baku yang baik lebih menjamin kesehatan konsumen dan konsumen tidak ragu untuk menjadi pelanggan produk tersebut, kualitas produk dimana kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Hubungan kualitas produk dengan minat beli adalah apabila suatu perusahaan telah menghasilkan produk atau jasa dengan mengutamakan kualitas, perusahaan tersebut akan mendapat nilai lebih dimata masyarakat karena perusahaan tersebut sudah terbukti dapat dipercaya.

Disetiap usaha kuliner khususnya selalu berusaha menyampaikan dan menyajikan produknya dengan baik agar konsumen puas sebab dengan kepuasan konsumen setelah mengonsumsi produknya diharapkan akan muncul minat membeli ulang. Oleh karena itu minat beli ulang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu persepsi kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan. Disetiap usaha kuliner pelaku usaha selalu berusaha menyampaikan dan menyajikan produknya dengan baik agar konsumen puas sebab dengan kepuasan konsumen setelah mengonsumsi produknya diharapkan akan muncul minat membeli ulang. Minat beli ulang merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli ulang benar-benar dilaksanakan lagi.

Salah satu yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian ulang adalah persepsi kualitas dari produk yang ditawarkan. Persepsi kualitas atau *perceived quality* menjadi salah satu penentu apakah konsumen akan membeli suatu produk. Dalam memilih suatu produk, kualitas akan menjadi pertimbangan konsumen saat akan menentukan pilihannya, dengan begitu saat ini banyak pelaku bisnis yang mulai mengembangkan produknya dengan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk sejenis lainnya untuk menciptakan persepsi kualitas konsumen yang baik terhadap produk tersebut.

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang atau jasa dari penjual

atau penyedia barang atau jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Kepuasan merupakan dampak perbandingan antara harapan konsumen sebelum dan sesudah penggunaan membeli produk tersebut. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Kepuasan tersebut dapat berkorelasi positif dengan sikap loyalitas yang akan memberikan pengaruh positif. Pelanggan yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli produk tersebut. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Kepuasan pelanggan sangat diperlukan dalam usaha pemasaran, karena untuk mempertahankan pelanggan saat ini dengan saingan yang ada sangatlah sulit. Pelanggan juga teliti dalam memilih produk yang disediakan dan terutama pada harga, sedikit ada perbandingan harga dari mini market lain maka terjadilah pelanggan tidak puas dan tidak loyalitas.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis, yaitu untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Usaha atau industri yang bergerak di bidang kuliner mampu menarik pelanggan apabila memperhatikan kualitas dari sebuah produk saja, tetapi citra merek dan kepuasan pelanggan juga sangat penting untuk memberikan nilai lebih kepada para pelanggan dan akan memiliki minat untuk membeli ulang. Dirgantara Cake adalah toko roti bergerak pada bidang produksi, distribusi, dan penjualan berbagai macam jenis roti dan kue. Saat ini Dirgantara Cake merupakan toko roti yang sangat booming di Kecamatan Sekampung yang berdiri sejak tahun 2018. Mengutamakan kualitas produk dari segi manapun agar menghasilkan produk yang berkualitas. Saat ini toko roti tersebut banyak diperbincangkan di kalangan masyarakat Kecamatan Sekampung. Toko roti yang sangat ramai di kunjungi khususnya para pencinta roti.

Salah satu jenis makanan ringan yang sedang *trend* dan banyak ditawarkan yaitu donat. Hampir semua orang mengenal dan menyukai kue goreng yang mempunyai ciri khas lubang di tengahnya ini. Donat di zaman sekarang ini telah memiliki tekstur yang lebih lembut, tidak terlalu berminyak seperti zaman dulu, memiliki penampilan yang lebih modern dengan variasi rasa dan *topping* yang beragam. Sedangkan zaman dulu, seperti yang kita ketahui, donat memiliki tekstur

yang agak padat dan tidak memiliki rasa maupun topping yang beragam. Hanya terbatas pada gula halus yang ditaburkan di atasnya, olesan coklat, atau parutan keju saja. Walaupun terkenal dengan donatnya, tetapi Dirgantara Cake tidak hanya menjual itu saja tetapi juga menjual berbagai jenis roti lainnya. Bahkan beberapa toko atau pedagang kecil yang membeli roti untuk mereka jual lagi kepada konsumen lainnya. Namun Dirgantara Cake dalam beberapa bulan terakhir ini mengalami jumlah pengunjung yang tidak stabil. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1. Data Pengunjung Dirgantara Cake Januari-Oktober 2022**

NO	Bulan	Tahun	Pengunjung
1	Januari	2022	945
2	Februari		964
3	Maret		892
4	April		1206
5	Mei		1498
6	Juni		983
7	Juli		1156
8	Agustus		1021
9	September		1129
10	Oktober		856
Jumlah			10650
Rata-rata			1065

Sumber :Data diolah dari Penelitian 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah konsumen di Dirgantara Cake pada bulan Januari hingga Oktober 2022 sebanyak 10650 konsumen dengan rata-rata tiap bulanya adalah 1065 orang. Jumlah konsumen mengalami penurunan terkadang mengalami kenaikan. Hal ini bisa disebabkan karena adanya bentuk loyalitas konsumen. Konsumen baru yang tidak loyal biasanya tidak akan membeli kembali produk Dirgantara Cake, akan tetapi konsumen yang loyal akan membeli kembali. Konsumen yang tidak loyal akan mengakibatkan penurunan jumlah konsumen dengan anggapan bahwa konsumen lain tetap. Berikut adalah perkembangan penjualan Dirgantara Cake dari Bulan Januari sampai Bulan Oktober.

**Tabel 2. Data Penjualan Dirgantara Cake Januari-Oktober 2022**

NO	Bulan	Tahun	Omset
1	Januari	2022	Rp. 27.870.000
2	Februari		Rp. 24.450.000
3	Maret		Rp. 22.750.000
4	April		Rp. 43.870.000
5	Mei		Rp. 45.760.000
6	Juni		Rp. 34.600.000
7	Juli		Rp. 41.550.000
8	Agustus		Rp. 34.245.000
9	September		Rp. 28.096.000
10	Oktober		Rp. 29.830.000

Sumber : Pemilik usaha Dirgantara Cake, 2022

Dari data tabel 2 omset penjualan Dirgantara Cake bahwa dalam beberapa bulan terakhir ini mengalami penurunan pada setiap bulannya, seperti yang terjadi pada bulan januari hingga bulan maret penjualan mengalami penurunan dari Rp. 27.870.000 menjadi Rp. 22.750.000 pada bulan Maret. Kemudian pada bulan April hingga bulan Mei mengalami peningkatan mencapai Rp. 45.760.000, kemudian mengalami penurunan kembali pada bulan agustus menjadi Rp. 34.245.000, jumlah penjualan yang mengalami penurunan disebabkan munculnya para pesaing dengan kualitas produk yang tinggi sehingga berkurangnya kepuasan yang berpengaruh pada minat beli ulang sehingga rentan tertarik dengan produk pesaing yang berkualitas tinggi. Permasalahan yang ada pada Dirgantara Cake adalah jumlah pelanggan dan omset yang menurun menunjukkan minat beli yang masih kurang. Pada dasarnya, konsumen menginginkan produk dengan kualitas yang sama.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk menarik judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Dirgantara Cake Di Lampung Timur”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Konsumen pada Dirgantara Cake cenderung mengalami penurunan.

2. Kualitas produk yang dihasilkan belum baik.
3. Menurunnya citra merek.
4. Kurang puasnya konsumen terhadap pelayanan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan bahwa rumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh langsung kualitas produk ( $\xi_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $\eta_1$ ) pada Dirgantara Cake ?
2. Apakah ada pengaruh langsung citra merek ( $\xi_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $\eta_1$ ) pada Dirgantara Cake?
3. Apakah ada pengaruh langsung kualitas produk ( $\xi_1$ ) terhadap minat beli ulang ( $\eta_2$ ) pada Dirgantara Cake?
4. Apakah ada pengaruh langsung citra merek ( $\xi_2$ ) terhadap minat beli ulang ( $\eta_2$ ) pada Dirgantara Cake?
5. Apakah ada pengaruh langsung kepuasan pelanggan ( $\eta_1$ ) terhadap minat beli ulang ( $\eta_2$ ) pada Dirgantara Cake?

### **D. Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang penelitian dan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung kualitas produk ( $\xi_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $\eta_1$ ) pada Dirgantara Cake.
- b. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung citra merek ( $\xi_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $\eta_1$ ) pada Dirgantara Cake.
- c. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung kualitas produk ( $\xi_1$ ) terhadap minat beli ulang ( $\eta_2$ ) pelanggan pada Dirgantara Cake.
- d. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung citra merek ( $\xi_2$ ) terhadap minat beli ulang ( $\eta_2$ ) pelanggan pada Dirgantara Cake.

- e. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung kepuasan pelanggan ( $\eta_1$ ) terhadap minat beli ulang ( $\eta_2$ ) pelanggan pada Dirgantara Cake.

## **E. Kegunaan Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memahami dan menambah wawasan untuk mengetahui dan menyelesaikan permasalahan tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli ulang pelanggan.

### **2. Bagi Perusahaan**

Diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dijadikan referensi dalam meningkatkan strategi untuk menciptakan dan mempertahankan kualitas produk dan citra merek yang baik sehingga dapat mempengaruhi minat beli ulang.

### **3. Bagi Akademis**

Diharapkan dapat menjadi referensi dan menjadi bahan perbandingan bagi penulis lain yang melakukan penelitian selanjutnya.

## **F. Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk menentukan masalah yang diteliti, maka perlu dibatasi dalam ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini berada di Desa Hargomulyo, Kecamatan Sekampung, Kabupaten Lampung Timur, kegiatan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel interveing. Sehingga dalam pengambilan datanya tidak membuat perlakuan khusus, tetapi peneliti melakukan pengumpulan data tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel interveing. Penulis memilih lokasi tersebut karena untuk memudahkan penulis dalam menyebarkan angket atau kuesioner kepada pelanggan Dirgantara Cake. Sikap antusias dan kesediaan pelanggan Dirgantara Cake dapat membantu penulis mendapatkan sumber informasi data yang akurat.



## **G. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN LITERATUR**

Berisikan tentang kajian literatur, penelitian relevan, kerangka penelitian, hipotesis penelitian

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Berisikan tentang desain penelitian, tahap penelitian, definisi oprasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisikan tentang gambaran umum, hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan tentang kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR LITERATUR**

Dalam daftar literatur menguraikan tentang nama penulis, judul tulisan, penerbit identitas penerbit, serta tahun terbit yang akan dijadikan rujukan ataupun sumber dari tulisan yang dibuat.

### **LAMPIRAN**