

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan jenis makanan mengarah pada persaingan yang sangat ketat khususnya yang memproduksi produk yang sejenis. Setiap perusahaan harus memberikan inovasi terhadap produknya. Inovasi – inovasi ini muncul akibat kebutuhan yang sangat beragam dari konsumen sehingga produsen dituntut agar bisa melahirkan sebuah produk yang berbeda dengan lainnya. Selain itu faktor penting lainnya yang menuntut sebuah perusahaan untuk bisa membuat variasi pada produknya adalah banyaknya pesaing yang akan menjadi rintangan tersendiri bagi para pendiri usaha untuk dapat bersaing dalam memasarkan dan menjual produk, karena pada dasarnya dengan semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari persaingan tersebut adalah pelanggan lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang ditawarkan di Pasar.

Menunjukkan keunggulan yang kompetitif yang dimiliki perusahaan juga perlu diperhatikan. Untuk itu, perusahaan terlebih dahulu harus memahami dan menganalisis perilaku konsumen terutama dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan akan suatu produk yang dibutuhkan. Strategi dan inovasi juga harus ditingkatkan perusahaan terutama untuk barang dan jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen. Para pendiri usaha membuat inovasi yang ditujukan agar dapat membuat variasi produk yang berbeda dari pesaing. Selain itu perusahaan dapat menunjukkan keberhasilannya yang pesat dalam meraih laba dengan cara menanamkan *Brand Image* (citra merek)nya kedalam benak konsumen, menjadikan konsumen tersebut mempunyai minat yang besar atas suatu produk. Hal ini berdampak positif terhadap

laba yang didapatkan perusahaan yang memiliki *brand image* terhadap produk tersebut.

Salah satu produk makanan ringan yang banyak digemari oleh para konsumen disemua kalangan adalah makanan manis yaitu roti. Roti merupakan salah satu jenis makanan ringan yang cocok dikonsumsi untuk semua kalangan. Pada saat ini banyak sekali jenis roti yang beredar di Pasar. Banyaknya jenis roti ini tidak lain karena telah banyak penjual – penjual roti yang mengerti bahwasannya roti telah memiliki pangsa pasar yang cukup banyak di Indonesia dan dapat disejajarkan dengan makanan ringan lainnya. Menganggapi hal tersebut para penjual roti terus melakukan inovasi yang ditujukan agar dapat melahirkan produk jenis roti yang berbeda dari yang lain, selain melakukan inovasi hal – hal penting yang harus dilakukan oleh para penjual roti adalah mampu membaca peluang pasar serta perilaku konsumen agar apa yang diinginkan oleh konsumen akan mampu dipenuhi oleh para penjual roti. Roti merupakan makanan ringan yang berbahan dasar tepung (umumnya tepung terigu), gula dan telur. Roti umumnya dimatangkan dengan cara dipanggang didalam oven.

Menurut Sunyoto (2015) perilaku konsumen merupakan aktifitas individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa dan juga terlibat dalam proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Menurut American Marketing Association dalam Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa merek adalah nama, istilah, tanda simbol, desain, atau kombinasi dari mereka, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakan mereka dari para pesaing. Citra merek produk yang baik tentulah tidak didapat dengan mudah oleh produsen roti pada masa kini. Ketatnya persaingan bisnis roti, membuat produsen roti harus mempertimbangkan banyak faktor yang mampu mendukung keberhasilan

produk. Salah satu faktor utama yang mampu mendukung keberhasilan produk yakni dari segi rasa dan bentuk produk. Dapat dilihat bahwa pada masa kini, hampir semua produsen roti berkompetisi untuk menjadi innovator dalam segi rasa dan bentuk produk. Roti – roti yang berhasil dipasaran umumnya memiliki rasa dan bentuk yang menarik selera anak muda masa kini.

Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk didalamnya ketahanan, handal, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan (Kotler dan Amstrong, 2016). Kualitas mempunyai arti sangat penting dalam minat beli konsumen. Apabila kualitas yang dihasilkan baik maka konsumen akan cenderung memiliki minat untuk membeli produk tersebut, sedangkan bila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan minatnya pada produk sejenis lainnya. Sering kali dibenak konsumen sudah ditetapkan bahwa produk perusahaan tertentu jauh lebih berkualitas dari pada produk pesaing dan konsumen akan membeli produk yang mereka yakini lebih berkualitas. Meskipun konsumen mempunyai persepsi yang berbeda terhadap kualitas produk, tetapi setidaknya konsumen akan memilih produk yang dapat memuaskan kebutuhannya.

Kualitas produk mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat menentukan. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen.

Pengertian kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2016) adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang

berkualitas dan mempunyai nilai lebih dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Di Menganti banyak sekali pengusaha toko roti yang saling bersaing dengan merek dan kualitas produk yang dihasilkan, harga yang ditawarkanpun relatif murah serta produk – produk yang dihasilkan juga hampir sama. Dari berbagai toko roti, banyak konsumen yang menyukai merek – merek roti tertentu dengan kualitas produk yang menarik, seperti kemasan yang lucu, banyak varian rasa, serta harga yang terjangkau. Salah satunya adalah toko roti dengan brand Kampoeng Roti. Kampoeng Roti menjadi salah satu toko roti unggulan di mata konsumen, sehingga menjadi pertimbangan niatan konsumen dalam membeli roti, karena produk yang dihasilkan mampu menarik perhatian konsumen dengan sangat cepat. Produk Kampoeng Roti mempunyai ciri khas tertentu dengan kemasan yang unik berlogo Kampoeng Roti, semua roti yang dipasarkan dikemas dengan plastik agar terjaga kebersihannya, kecuali produk tertentu yang tidak memungkinkan untuk dikemas dengan plastik, serta konsumen juga akan dipuaskan dengan box gratis tanpa minimal pembelian. Kampoeng Roti yang berada di Menganti ini sangat terkenal dikalangan masyarakat sekitarnya, sehingga pada waktu tertentu seperti bulan Ramadhan produk Kampoeng Roti sangat diminati untuk dijadikan sebagai takjil. Tidak hanya pada bulan Ramadhan saja, sehari – haripun produk Kampoeng Roti banyak dikonsumsi sebagai camilan dirumah ataupun sebagai suguhan hajatan maupun oleh - oleh.

Minat Beli merupakan perilaku konsumen yang membuktikan kelayakan terhadap suatu produk tertentu. Dengan meningkatkan minat beli konsumen akan meningkatkan penjualan produk tersebut. Kampoeng Roti berdiri pada tahun 2012 dan telah memiliki lebih dari 17 cabang. Owner pendiri Kampoeng Roti ingin mengubah konsep roti enak tidak harus mahal. Roti dengan banyak varian rasa

dengan hadirnya macaron dan cake membuat Kampong Roti kian dikunjungi oleh berbagai masyarakat seluruh Indonesia.

Konsumen pada umumnya suka dengan makanan yang lagi tren dan digemari. Produk Kampong Roti saat ini sedang tren dan digemari, dan mereka juga suka dengan berbagai macam varian rasa dan bentuk yang ada di Kampong Roti tersebut. Konsumen suka membeli produk roti yang berbeda – beda merek dan kualitas produknya, karena mereka ingin mengetahui bagaimana citra rasa dan kualitas dari produk roti tersebut, apakah Kampong Roti memiliki citra rasa dan kualitas produk yang sama atau tidak dengan produk roti yang lain.

Tabel 1.1

Harga Produk Kampong Roti

NAMA PRODUK	HARGA
Roti Kacang Coklat Special	Rp. 3.500,-
Roti Bocah Isi Coklat	Rp. 3.500,-
Roti Blankon Blueberry	Rp. 3.500,-
Roti Blankon Rasberry	Rp. 3.500,-
Roti Keju Bakar	Rp. 4.000,-
Roti Kopi Gosong	Rp. 3.500,-
Roti Selai Pisang	Rp. 3.500,-
Roti Coklat Tiramisu	Rp. 4.000,-
Roti Pastel	Rp. 4.000,-
Roti Lemper	Rp. 4.000,-
Roti Green Tea	Rp. 4.500,-
Roti Kampong Sosis	Rp. 5.000,-
Roti Monster Coklat	Rp. 5.500,-
Roti Maknyus	Rp. 5.000,-
Roti Pisang Vanila	Rp. 5.000,-

Roti Coklat Keju Istimewa	Rp. 5.500,-
Roti Coklat Kacang Merapi	Rp. 5.500,-
Roti Meat Lover	Rp. 5.500,-
Roti Kribo	Rp. 6.000,-
Roti Kembar Coklat keju	Rp. 6.000,-
Roti Milo	Rp. 6.000,-
Roti Mawut Coklat Keju	Rp. 7.000,-
Roti Monster Keju	Rp. 7.500,-
Roti Uenak	Rp. 4.500,-
Donat Kacang	Rp. 3.000,-
Donat Yin Yang	Rp. 2.500,-
Vanila Cream	Rp. 2.500,-
Donat Menthe	Rp. 3.000,-
Donat Gula	Rp. 2.000,-
Donat Kampoeng Coklat	Rp. 3.000,-
Donat Keju	Rp. 3.500,-
Donat Coklat Keju	Rp. 3.500,-
Roti Gurih	Rp. 2.200,-
Coco Pandan	Rp. 2.500,-
Roti Srikandi	Rp. 2.500,-
Roti Upin Ipin Nanas	Rp. 2.500,-
Roti Upin Ipin Strawberry	Rp. 2.500,-
Vanila Strussel	Rp. 2.500,-
Pandan Wangi	Rp. 2.500,-
Coklat Kelapa Kering	Rp. 2.500,-
Keju Wong Ndeso	Rp. 2.500,-
Kismis Vanila	Rp. 2.500,-
Unyil Coklat Keju	Rp. 3.000,-
Coklat Vanila	Rp. 2.500,-
Bluberry Coklat Coco	Rp. 3.000,-

Mocha Cream	Rp. 2.200,-
Nano Cheese	Rp. 3.000,-
Roti Srikaya	Rp. 3.000,-
Bluberry Khayangan	Rp. 3.000,-
Keju Susu	Rp. 3.000,-
Roti Garlic	Rp. 3.000,-
Kacang Merah	Rp. 3.000,-
Kacang Hijau	Rp. 2.500,-
Roti Skippy	Rp. 2.500,-
Keju London	Rp. 2.000,-
Miss Endel	Rp. 2.000,-
Roti Asia	Rp. 2.000,-
Roti Kiwi	Rp. 2.000,-
Roti Lemon	Rp. 2.000,-
Roti Manggo	Rp. 2.000,-
Roti Marmer	Rp. 2.000,-
Roti Widodaren	Rp. 2.000,-
Sangkuriang	Rp. 2.000,-
Brownies Mente	Rp. 45.000,-
Brownies Oreo	Rp. 45.000,-
Cheese Lover Cake	Rp. 180.000,-
Tiramisu Cake	Rp. 20.000,- ~ Rp. 150.000,-
Opera Cake	Rp. 25.000,- ~ Rp. 180.000,-
Hanacaraka Cake	Rp. 160.000,-
Cake Cinta	Rp. 25.000,- ~ Rp. 180.000,-
Black Forest Cake (Square)	Rp. 150.000,-
Black Forest Cake (Round)	Rp. 18.000,- ~ Rp.140.000,-
Fantastic Four Cake	Rp. 90.000,-
Funny Character Husky	Rp. 80.000,-
Funny Character Doraemon	Rp. 80.000,-

Funny Character Hello Kitty	Rp. 80.000,-
Funny Character Batman	Rp. 80.000,-
Cookies and cream Cake	Rp. 120.000,-
Ultimate Cake	Rp. 120.000,-
Pudding Black Forest	Rp. 11.000,-
Pudding Cookies and Cream	Rp. 10.000,-
Pudding Tiramisu	Rp. 10.000,-

Sumber : <http://kampoengroti.com/product>

Sejak Kampoeng Roti buka di Menganti maka banyak sekali konsumen yang membeli roti tersebut. Tidak hanya rasanya yang enak, tetapi harganya juga sangat terjangkau. Meskipun banyak toko roti yang lain tetapi Kampoeng Roti menjadi pusat roti yang paling diminati di Menganti. Konsumen juga sangat selektif dalam menentukan citra merek (*brand image*) dan kualitas produk yang diberikan perusahaan.

Tabel 1.2

Data Penjualan Kampoeng Roti Menganti 2019

No.	Bulan	Volume	Jumlah
1	Januari	8572	Rp. 68.330.200,-
2	Februari	7054	Rp. 63.275.500,-
3	Maret	7865	Rp. 66.375.200,-
4	April	8986	Rp. 72.534.500,-
5	Mei	11973	Rp. 84.677.000,-
6	Juni	10238	Rp. 73.681.700,-
7	Juli	8218	Rp. 65.736.500,-

Sumber : *Kampoeng Roti Menganti*

Berdasarkan data penjualan Kampoeng Roti Menganti dapat diketahui bahwa pada bulan tertentu antara bulan Mei dan Juni jumlah penjualannya melonjak begitu besar, dikarenakan pada bulan tersebut merupakan bulan Ramadhan serta hari Raya

Idul Fitri. Salah seorang kasir mengatakan bahwa pada bulan tersebut banyak konsumen yang membeli roti untuk dibagikan kepada masyarakat atau sebagai takjil. Karena konsumen merasa harga di Kampoeng Roti sangat terjangkau dan citra rasa yang enak serta kemasan yang sangat menjaga kualitas roti itu sendiri.

Dengan citra merek dan kualitas produk yang baik maka tak jarang konsumen yang membeli produk Kampoeng Roti. Dari berbagai toko roti yang ada Kampoeng Roti menjadi pilihan para konsumen, mereka juga sangat sensitif dalam menentukan citra merek dan kualitas produk yang akan dibelinya. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kampoeng Roti (Studi Kasus Pada Konsumen Kampoeng Roti di Menganti)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Merek (*Brand Image*) dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti di Menganti?
2. Apakah Citra Merek (*Brand Image*) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti di Menganti?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti di Menganti?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti di Menganti.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) secara parsial terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti di Menganti.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti di Menganti.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Praktis
 - a. Bagi perusahaan : Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan perusahaan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan minat beli konsumen pada Produk Kampoeng Roti.
2. Manfaat Secara Teoritis
 - a. Bagi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur : Untuk menambah referensi dan literature pada perpustakaan yang dapat digunakan sebagai kajian untuk penelitian yang akan datang di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
 - b. Bagi Peneliti : Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan menambah pengetahuan mengenai pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti.