

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menjaga kesehatan tubuh adalah suatu hal yang cukup penting dilakukan, apalagi sejak terjadinya wabah Pandemi Covid-19 melanda diseluruh dunia memberikan dampak terhadap perilaku konsumen khususnya bagi perilaku konsumen di Indonesia. Adanya perubahan gaya hidup masyarakat dimasa pandemi yang membawa pada kesadaran pada masyarakat untuk memulai gaya hidup sehat. Gaya hidup sehat merupakan suatu gaya hidup yang lebih memperhatikan kepada segala bidang aspek kondisi kesehatan tubuh yang dimulai dengan mengonsumsi makanan sehat, berolahraga dan kegiatan sehat lainnya. Perubahan dalam menjalankan gaya hidup yang lebih sehat tercermin dari adopsi pola hidup baru yang dijalankan oleh masyarakat seperti lebih memilih berolahraga dengan bersepeda ataupun dengan jalan kaki, selain itu masyarakat juga mengubah pola hidup dari mengonsumsi makanan dan minuman yang tidak sehat menjadi mengonsumsi makanan dan minuman yang bergizi dan sehat.

Pada saat ini ada banyak ragam pilihan makanan dan minuman yang memiliki manfaat yang baik bagi tubuh salah satunya yaitu Susu. Susu adalah salah satu sumber protein hewani yang mempunyai kaya akan gizi yang tinggi. Susu mempunyai kandungan nutrisi penting yang beragam yang mampu menjaga organ tubuh agar tetap berfungsi dengan baik dan dapat melindungi tubuh dari berbagai serangan penyakit. Selain itu susu memberikan manfaat untuk membantu dalam

pertumbuhan pada anak-anak khususnya pada pada usia dua tahun ke bawah. Susu memiliki kandungan – kandungan zat gizi diantaranya yaitu lemak, laktosa, protein, vitamin dan mineral. Produksi susu di indonesia terus meningkat selama dua dekade terakhir hal ini dibuktikan berdasarkan dengan data badan statistik pusat, (2022) yang menunjukkan bahwa produksi susu segar di indonesia mencapai 968,980,14 Ton. Jumlah tersebut naik 2,38% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang berjumlah 946,388,17 Ton.

Tabel 1.1 Produksi Susu Segar di Indonesia

Provinsi	Produksi Susu Segar Menurut Provinsi (Ton)		
	2020	2021	2022
Aceh	9,07	0,00	0,00
Sumatera Utara	3 566,16	8 745,02	8 980,41
Sumatera Barat	1 024,55	827,58	835,32
Riau	45,37	36,73	36,73
Jambi	6,26	3,94	3,66
Sumatera Selatan	31,13	0,00	0,00
Bengkulu	272,53	192,65	210,58
Lampung	2 134,84	1 751,04	1 757,81
Kep. Bangka Belitung	418,58	149,49	144,61
Kep. Riau	12,55	0,00	0,00
DKI Jakarta	4 292,68	3 163,36	3 268,89
Jawa Barat	281 198,94	290 472,23	300 198,28
Jawa Tengah	102 707,88	104 421,95	103 547,20
DI Yogyakarta	5 385,60	3 867,20	3 884,88
Jawa Timur	542 860,27	530 426,49	543 687,16
Banten	121,22	75,32	68,63

Nusa Tenggara Timur	46,87	39,22	43,02
Kalimantan Barat	115,78	0,00	0,00
Kalimantan Selatan	111,64	111,77	132,09
Kalimantan Timur	122,21	83,88	86,09
Kalimantan Utara	6,27	0,00	0,00
Sulawesi Utara	13,67	0,00	0,00
Sulawesi Selatan	2 302,11	1 942,40	1 993,20
Sulawesi Tenggara	106,63	77,90	101,61
Indonesia	946 912,81	946 388,17	968 980,14

(Sumber: Badan Statistik Pusat)

Meningkatnya produksi susu di Indonesia yang masih belum diimbangi dengan jumlah konsumsi susu murni oleh masyarakat Indonesia sehingga menyebabkan adanya inovasi pengolahan susu. Adanya pengolahan susu bertujuan untuk membuat susu agar bisa bertahan lama, selain itu dengan adanya inovasi dalam pengolahan susu diharapkan dapat membantu masyarakat yang tidak menyukai susu murni dapat tetap mendapatkan khasiat yang setara dengan mengonsumsi susu murni. Terdapat berbagai cara dalam mengolah susu salah satunya yaitu dengan cara di fermentasi. selain digunakan untuk mengawetkan susu, fermentasi juga dapat meningkatkan kandungan gizi dari bahan asalnya sehingga dapat bermanfaat untuk meningkatkan kesehatan (Noviatanti Nabilah et al., 2022).

Di Indonesia sendiri terdapat berbagai macam produk pangan fermentasi yang berbahan dasar susu. Salah satu produk fermentasi yang berbahan dasar susu yaitu yogurt. Yogurt merupakan produk fermentasi susu menjadi minuman asam yang terbuat dari starter bakteri asam laktat. Bakteri yang terdapat dalam yoghurt

juga menyumbang enzim laktase yang diperlukan untuk mencerna sisa gula susu yang ada dalam yogurt. Terdapat beberapa manfaat apabila mengonsumsi yogurt diantaranya yaitu dapat menjaga kesehatan lambung, dapat menurunkan kadar kolesterol darah serta dapat mencegah penyakit kanker pada saluran pencernaan (Richard Hendarto et al., 2021).

Menurut data Kementerian Perindustrian (2020), perkembangan impor kelompok olahan susu khususnya pada produk yogurt dalam bentuk cair meningkat sebesar 225,98% sedangkan pada produk yogurt dalam bentuk tidak cair meningkat sebesar 6,12% antara periode tahun 2012 sampai dengan 2016. Menurut statistic market forecast (2023), diperkirakan pendapatan yang di hasilkan pada pasar yogurt berjumlah US\$6,4 miliar pada tahun 2023. pasar yogurt diperkirakan akan tumbuh setiap sebesar 6,04 % setiap tahunnya. Sehingga hal tersebut mengakibatkan akan munculnya persaingan yang sengit antara perusahaan yang memproduksi produk yang sama yaitu yogurt, karena perusahaan-perusahaan lain juga akan memanfaatkan peluang untuk menjual produk yogurt.

Salah satu perusahaan yang sudah sukses dalam memproduksi dan memasarkan produknya di pasar Indonesia yaitu PT. Cisarua Mountain Dairy (Cimory). PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk merupakan produsen produk susu dan makanan konsumen premium yang terkemuka di Indonesia yang berdiri sejak tahun 2005. Produk – produk dari PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk sekarang ini sudah tersedia disebagian besar outlet perdagangan modern dan perdagangan umum diseluruh kepulauan Indonesia. Salah satu produk susu yang populer di Indonesia yaitu produk cimory yogurt. produk Cimory Yogurt mulai dipasarkan pada tahun

2007 melalui pasar modern sampai pasar dalam negeri maupun di luar negeri. Mulai dari awal dipasarkannya produk Cimory Yogurt hingga saat ini PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk berhasil menjadi *market leader* dalam segmen produk yogurt di Indonesia.

Gambar 1.1 Top Brand Indeks kategori produk yogurt 2021-2023

Top Brand Index Fase 2 2021			Top Brand Index Fase 2 2022		
YOGURT			YOGURT		
Brand	TBI		Brand	TBI	
Cimory	66.20%	TOP	Cimory	67.40%	TOP
Activia	6.60%		Activia	7.80%	
Dutchmill	4.30%		Dutchmill	4.50%	
Freshtime	3.80%		Freshtime	4.00%	
Elle & Vire	1.50%		Elle & Vire	1.10%	

Top Brand Index Fase 2 2023		
YOGURT		
Brand	TBI	
Cimory	63.20%	TOP
Activia	7.80%	
Dutchmill	7.00%	
Freshtime	5.20%	
Elle & Vire	2.30%	

Sumber: topbrand-award.com (2021-2023)

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa selama tiga tahun terakhir produk Cimory Yogurt berhasil menduduki peringkat pertama dalam top brand award pada kategori yogurt dengan mendapat nilai top brand index sebesar 66,20% pada tahun 2021, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2022 dengan

mendapat nilai top brand index sebesar 67,40% dan pada tahun 2023 mengalami penurunan nilai top brand index sebesar 63,20%. Sebagai *market leader* dalam segmen produk yogurt PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk terus melakukan inovasi pada produk Cimory Yogurt. Inovasi produk sudah menjadi jantung dari PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk serta menjadikan inovasi sebagai nilai keunggulan bagi perusahaan. Untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat modern PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk terus berubah dan beradaptasi dengan perubahan kebiasaan dan trend yang terjadi pada konsumen serta beradaptasi dengan kebutuhan akan kemudahan dan cara mengkonsumsi yang siap saji dengan berusaha membuat produk yang lebih inovatif yang dilakukan melalui riset, inovasi dan ilmu pengetahuan.

Gambar 1.2 Daftar Varian Produk Cimory Yogurt



Sumber : <https://cimory.com/our-product.php>

Produk Cimory Yogurt memiliki berbagai banyak pilihan produk dengan berbagai pilihan ukuran di antaranya yaitu Mini Yogurt Drink 70 ml, Yogurt Drink

200 ml, Yogurt Drink 250 ml, Cimory Squeeze 120 ml, Cup Yogurt 400 ml serta varian terbaru yaitu cimory yogurt stick dan produk cimory yogurt memiliki varian rasa yang menarik diantaranya yaitu mixed berry, blueberry, strawberry, lychee, mango dan masih banyak lagi varian rasa lainnya. Produk cimory yogurt memiliki banyak kandungan kalsium, serat dan juga protein yang memiliki peran dalam melindungi serta mendukung kekebalan dan pertumbuhan tubuh serta menjaga kesehatan pencernaan. Meskipun produk Cimory Yogurt mengandung zat gizi yang baik bagi tubuh, namun produk Cimory Yogurt memiliki kandungan gula yang cukup tinggi disetiap varian rasa produk Cimory Yogurt.

Gambar 1.3 Kandungan Gula pada varian rasa produk Cimory Yogurt



Sumber : <https://myfeel-good-oke29.blogspot.com>

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa varian rasa pada produk cimory yogurt memiliki kandungan gula diatas 30 g. sehingga produk cimory yogurt dengan varian rasa yang dimiliki kurang cocok untuk dikonsumsi oleh konsumen penderita diabetes. selain memproduksi Cimory Yogurt dengan berbagai

varian rasa PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk juga memproduksi Cimory Yogurt dengan varian original yang memiliki kandungan gula yang rendah dibandingkan dengan varian rasa lainnya. Karena adanya kandungan mikroorganisme dalam produk Cimory Yogurt, sehingga produk Cimory Yogurt harus disimpan didalam kulkas sebelum dikonsumsi. Produk Cimory Yogurt dapat disimpan didalam freezer selama 2 bulan apabila masih belum dibuka segel kemasannya. Untuk menghindari pertumbuhan bakteri pada produk Cimory yogurt setelah dibuka segel kemasannya alangkah lebih baiknya untuk segera dikonsumsi dan tidak meninggalkannya dalam suhu ruang yang terlalu lama.

Konsumen produk Cimory Yogurt berasal dari semua jenis kalangan termasuk dari kalangan pelajar atau pun mahasiswa. Banyak masyarakat khususnya para mahasiswa yang menyukai produk Cimory Yogurt karena adanya keunikan cita rasanya yang khas serta memiliki variasi kemasannya yang begitu unik yaitu pada varian Squeeze dengan kemasan pouch yang kekinian praktis dan mudah dalam mengkonsumsi namun juga memiliki khasiat yang baik bagi tubuh. Produk Cimory Yogurt juga memiliki banyak varian rasa yang disukai oleh kalangan masyarakat maupun mahasiswa. Namun masih terlihat ada beberapa review yang diberikan oleh konsumen akan ketidakpuasan dan kenyamanan setelah mengkonsumsi dan membeli produk cumory yogurt, yang tersaji sebagai berikut:

Tabel 1.2 Review Konsumen Produk Cimory Yogurt

No.	Komentar
1.	Kok cimory udah cair banget ya, dulu kental terasa yogurt.
2.	Turunin kadar gula di produk cimory yogurt dong min
3.	Min yogurtku kok teksturnya aneh ya

4.	Kak saya beli cimory yogurt drink yang mango didalemnya ada ijo ijonya
5.	Soon jangan Cuma rendah kalori, kalo bisa rendah gula juga
6.	Kak aku udah sering banget minum yoghurt drink cimory yang original, tapi gak tau kenapa kemarin beli ngerasa kok kemanisan atau lebih manis padahal sebelumnya lebih ke asem manis seger.

Sumber: <https://instagram.com/cimoryindonesia>

Berdasarkan hasil tabel komentar diatas yang terdapat di akun instagram Cimory Indonesia terdapat beberapa konsumen yang mengeluhkan akan kualitas produk cimory yogurt dan juga kandungan gula yang tinggi pada produk cimory yogurt. Sehingga hal tersebut para konsumen akan mempertimbangkan beberapa faktor untuk memilih membeli dan mengonsumsi produk cimory yogurt. Namun PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk selalu berusaha konsisten menjawab kebutuhan dan harapan konsumen, dengan memproduksi produk Cimory Yogurt dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas dan juga dengan standart keamanan yang paling tinggi. Sehingga hal tersebut menjadi upaya untuk menciptakan kepuasan kepada para konsumen Cimory Yogurt.

Kepuasan konsumen menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam “pemasaran & kepuasan konsumen” yaitu suatu perasaan senang atau kecewa yang dialami oleh seseorang yang timbul setelah membandingkan hasil produk yang diharapkan dan yang dipikirkan (Indrasari, 2019:82). Setiap perusahaan pasti memiliki sebuah tujuan untuk dapat selalu memuaskan kebutuhan yang konsumen inginkan. Dalam menjaga keberlangsungan suatu perusahaan dan memenuhi kebutuhan konsumen merupakan salah satu faktor yang krusial, karena hal tersebut dapat memberikan keunggulan bagi perusahaan dalam bersaing. Kepuasan

konsumen bergantung pada persepsi dan harapan konsumen. Beberapa faktor dapat memengaruhi persepsi dan harapan konsumen, seperti kebutuhan dan keinginan konsumen, pengalaman sebelumnya dengan produk tersebut dan pengalaman teman-teman yang telah menggunakannya. Seorang konsumen akan memungkinkan untuk tetap menjadi konsumen setia dalam jangka waktu yang panjang apabila merasa puas terhadap suatu produk (Indrasari, 2019:83).

Terdapat berbagai macam faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada suatu produk diantaranya yaitu kualitas produk, Menurut Kotler dan Keller dalam (Filiantari et al., 2021:88) *“the product quality is the product characteristics and totality of features of a product whose ability is assessed to meet customer needs, whether it can be stated explicitly or implicitly”* yang artinya kualitas produk adalah suatu totalitas fitur dan suatu produk yang dinilai kemampuannya dapat memenuhi kebutuhan konsumen, baik dinyatakan secara terang-terangan maupun secara tidak langsung. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menurut Febriana & Prabowo, (2022) mengungkapkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal ini sangat berbeda dengan hasil penelitian dari Septianingsih et al., (2021) yang menjelaskan bahwasannya kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor yang kedua yaitu *customer experience*, menurut (Ginting, 2022) *customer experience* merupakan pengalaman yang dimiliki konsumen setelah konsumen membeli produk ataupun menggunakan jasa yang ditawarkan. Menurut Meyer and Schwager dalam (Filiantari et al., 2021) pengalaman pelanggan

merupakan suatu tanggapan internal dan subyektif yang diberikan oleh setiap pelanggan pada saat mereka berhubungan dengan produk ataupun perusahaan, baik secara tidak langsung maupun secara langsung. Biasanya kontak langsung terjadi ketika saat proses pembelian, penggunaan dan penerimaan layanan yang biasanya dipelopori oleh pelanggan. Sedangkan kontak secara tidak langsung sering kali terjadi dengan melibatkan pertemuan tidak langsung atau tidak direncanakan dengan perwakilan layanan, produk maupun merek yang dimiliki perusahaan yang berupa bentuk kritik maupun rekomendasi yang disampaikan secara lisan, ulasan, iklan, liputan berita dll. Membangun *customer experience* merupakan hal yang penting dalam strategi pemasaran, sebuah pengalaman yang menyenangkan yang dialami oleh konsumen pada produk Cimory Yogurt setelah membeli ataupun mengonsumsi produk cimory yogurt dapat membangun citra produk yang positif dan dapat memunculkan kepuasan pada konsumen, konsumen yang puas kemungkinan besarnya akan menjadi konsumen yang setia dalam jangka panjang serta akan menyampaikan rekomendasi yang baik pada produk Cimory Yogurt kepada orang lain berdasarkan dengan pengalaman yang didapatkan oleh konsumen setelah membeli produk Cimory Yogurt.

Faktor yang ketiga yaitu citra merek, menurut Keller yang dikutip dalam buku Pemasaran produk dan merek (*planning & strategy*), citra merek adalah suatu persepsi tentang merek yang digambarkan oleh asosiasi merek yang terdapat dalam ingatan konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong dalam buku pemasaran produk dan merek (M. Anang, 2019:61). Citra merek merupakan sekumpulan keyakinan yang dimiliki dalam benak konsumen mengenai sebuah

merek tertentu. Membangun citra merek pada suatu produk yang baik dapat dilakukan dengan melakukan pemasaran yang efektif dengan lebih menunjukkan karakteristik dan keuntungan-keuntungan yang dimiliki oleh suatu produk. Merek juga akan menjamin kepuasan pada suatu produk yang dibeli oleh konsumen.

Persaingan merek yang semakin ketat dalam lingkungan pemasaran pada sekarang ini menuntut perusahaan untuk melakukan berbagai upaya untuk mempromosikan merek, termasuk pada merek produk cimory yogurt. Dalam strategi pemasaran produk cimory yogurt telah terbukti sukses menjadikan produk cimory yogurt sebagai *market leader* dalam pangsa pasar produk yogurt di Indonesia dan menjadi merek yang populer di kalangan masyarakat. Dengan kombinasi inovasi rasa yang dapat menggugah selera para calon konsumen dan memiliki kemasan produk yang menarik ditambah dengan strategi pemasaran yang santai dan segar, sehingga Cimory berhasil memenangkan hati para konsumen pecinta susu fermentasi di Indonesia serta Cimory berhasil membentuk citra merek yang baik dalam benak konsumen. Pada saat ini, fungsi merek tidak hanya sebagai identitas ataupun pembeda suatu produk saja. Merek memiliki ikatan emosional yang tercipta antara konsumen dengan produsen. Berdasarkan penelitian terdahulu menurut Lutvita Nisa & Bara Kusuma, (2023) mengungkapkan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan menurut (Filiantari et al., 2021) citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas produk, Customer**

***Experience* dan Citra merek terhadap kepuasan Konsumen (studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk (X_1), *customer experience* (X_2), dan citra merek (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) produk Cimory Yogurt pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?
2. Apakah kualitas produk (X_1), *customer experience* (X_2), dan citra merek (X_3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) produk Cimory Yogurt pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan diantaranya:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk (X_1), *customer experience* (X_2), dan citra merek (X_3) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) produk Cimory Yogurt pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk (X_1), *customer experience* (X_2), dan citra merek (X_3) secara parsial terhadap

kepuasan konsumen (Y) produk Cimory Yogurt pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan hasil temuan dari penelitian ini akan memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik secara teoritis ataupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi serta masukan bagi perusahaan khususnya pada bidang manajemen pemasaran untuk dapat memahami dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi perusahaan PT. Cisarua Mountain Dairy sebagai bahan masukan terutama mengenai pengaruh kualitas produk, *customer experience* dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada produk Cimory Yogurt untuk dapat meningkatkan penjualan produk.
- b. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi perusahaan dalam membuat strategi ataupun

rencana yang baik dan terarah untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen produk Cimory Yogurt.

2) Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi yang bisa menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa depan.