

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minum menjadi salah satu sektor industri yang makin berkembang dan terus melakukan inovasi tiap tahunnya. Kondisi tersebut sebagai dampak dari semakin cepatnya perubahan sikap konsumen, baik dari segi kebutuhan maupaun dari gaya hidup. Perusahaan terus dituntut untuk memenuhi ekspektasi dan kepuasan dari konsumen akan suatu produk. Hal ini memberikan perubahan tujuan dari pemasaran suatu produk yang sebelumnya hanya untuk terjual, namun saat ini diharapkan pemasaran suatu produk diharapkan mampu membentuk suatu hubungan antara produsen dan konsumen, dimana dengan terbentuknya hubungan tersebut akan memberikan masukan dan pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan. Sehingga perusahaan dalam hal ini mampu menerapkan strategi yang jauh lebih efektif dan efisien guna menciptakan kepuasan pada konsumen atau pelanggan produk tersebut.

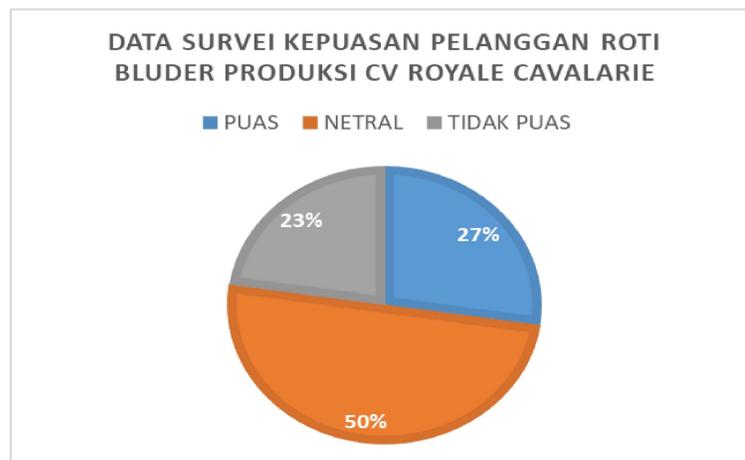
Kepuasan pelanggan menurut Murdjono dkk (2023), dijelaskan sebagai hasil penilaian antara harapan akan suatu produk dengan bagaimana produk itu benar – benar dibuat. Proses ini dapat melahirkan dua dampak yang berbeda akan keberlangsungan penjualan suatu produk, dimana kepuasan pelanggan akan berdampak positif bila harapan selaras dengan kenyataan produk yang ada. Namun, kepuasan pelanggan akan berdampak negatif bila harapan bertolak

belakang dengan kondisi asli suatu produk dipasaran. Dalam hal ini memungkinkan munculnya reaksi penolakan akan suatu produk. Di sisi positif, kepuasan pelanggan akan meningkatkan rasa loyalitas pelanggan terhadap suatu produk.

CV Royale Cavalarie merupakan usaha yang didirikan pada tahun 2018. Memulai bisnis sebagai produsen roti rumahan (*homemade*), usaha ini terus mengembangkan bisnisnya sebagai produsen roti hingga saat ini dikenal sebagai CV Royale Cavalarie. CV Royale Cavalarie berlokasi di Jl. Simo Tambaan 2 No. 66 Simomulyo Kec. Sukomanunggal, Surabaya. Usaha ini memproduksi roti bluder yakni sejenis roti manis dengan tekstur lembut dan memiliki berbagai varian isian manis hingga asin atau gurih. Roti bluder sendiri mulai dikenal di Madiun dan menjadi salah satu oleh – oleh khas daerah tersebut dan popularitasnya meluas hingga ke seluruh Jawa Timur. Melihat peluang pasar akan roti bluder di Jawa Timur yang cukup menjanjikan, CV Royale Cavalarie turut menyambut tantangan yang ada. Roti bluder produksi CV Royale Cavalarie menekankan akan kualitas bahan yang terbaik dari awal bisnis dimulai hingga saat ini. Selain dari segi kualitas, roti bluder milik CV Royale Cavalrie juga menawarkan beberapa varian rasa baru yang belum ditemukan di kompetitor roti bluder lainnya.

CV Royale Cavalarie mampu memproduksi roti bluder kurang lebih 1000 pcs dalam satu kali produksi, dengan sistem produksi *make to order* atau hanya berdasarkan permintaan. Dalam penjualan produk, CV Royale Cavalarie menerapkan sistem pembelian konsinyasi. Pembelian konsinyasi merupakan metode dimana produsen mensuplai produk ke beberapa mitra dengan sistem

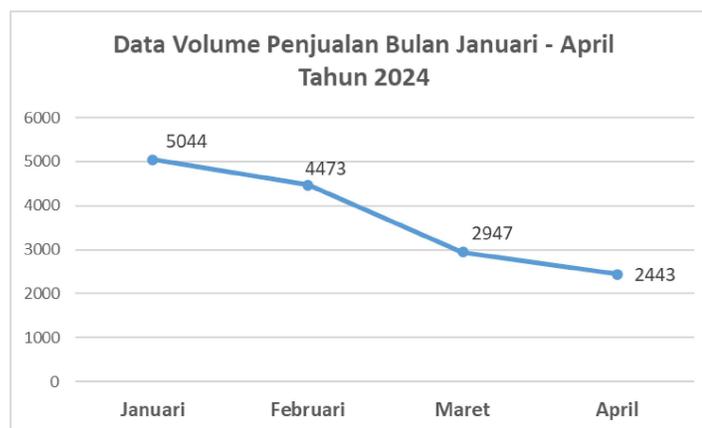
bayar diakhir sejumlah produk yang terjual, dan produk yang tidak terjual dapat dikembalikan ke produsen atau dengan kata lain CV Royale Bluder menerapkan penjualan untuk partai besar (agen) guna dijual kembali. Saat ini CV Royale Cavalarie sudah memiliki kurang lebih 50 mitra yang tersebar di seluruh wilayah Surabaya, baik pusat, timur, barat hingga selatan. Dimana untuk produksi roti bluder perharinya disesuaikan dengan permintaan beberapa mitra pada hari yang sama. Karena berawal dari industri rumahan, promosi awal yang diterapkan adalah promosi antar mulut ke mulut, baik orang sekitar maupun kenalan *owner* atau pemilik usaha. Namun kini, promosi juga mulai dilakukan secara *online* melalui media instagram.



Gambar 1. 1 Data Survei Tingkat Kepuasan Konsumen Roti Bluder Produksi Royale Cavalarie

Dilihat dari data tingkat kepuasan pelanggan roti bluder hasil produksi CV Royale Cavalarie masih menyentuh angka di bawah 50% dimana sebagian besar responden memilih netral atau ragu – ragu, dan sebagian kecil lainnya memilih

tidak puas. Dalam hal ini, maka tingkat kepuasan akan produk roti bluder masih tergolong rendah. Keputusan pembelian sangat berkaitan dengan dengan kepuasan pelanggan sebagai langkah seseorang menentukan nilai kepuasan akan suatu produk. Keputusan pembelian adalah tahapan akhir dari pembelian akan suatu produk oleh konsumen. Pada tahap ini, konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian setelah mempertimbangkan beberapa alternatif pilihan sebelum benar – benar memutuskan untuk membayar suatu barang atau jasa yang dibutuhkan (Novianti & Saputra, 2023). Menurut Putra dkk (2020), salah satu komponen yang menentukan keputusan pembelian suatu produk adalah produk itu sendiri, dalam hal ini berkaitan dengan kualitas atau performa yang dapat dipenuhi oleh suatu produk untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas produk dapat menjadi strategi yang cukup efektif dalam pemasaran produk karena menurupakan perwujudan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.



Gambar 1. 2 Data Volume Penjualan Bulan Januari - April Tahun 2024

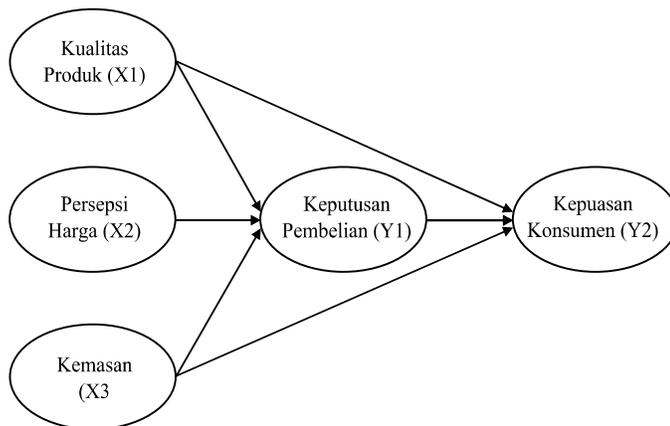
Melihat data penjualan dan retur roti bluder dari awal tahun 2024 milik CV Royale Cavalarie, terlihat bahwa terjadi penurunan permintaan dan penjualan. Penurunan ini dapat diakibatkan beberapa hal seperti persaingan, perubahan tren, maupun perubahan gaya hidup. Dalam penjelasannya, Sampara (2022) mengatakan bahwa harga dan kemasan merupakan faktor yang mempengaruhi keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian akan produk. Kemasan dapat memberikan informasi akan keamanan produk dari kontaminasi bahan – bahan berbahaya di lingkungan, selain itu desain kemasan yang menarik dan tidak monoton terbukti lebih digemari konsumen dalam membeli suatu barang. Sedangkan untuk harga termasuk dalam unsur bauran pemasaran, dimana harga mampu memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Rukmayanti dan Fitriana (2022) menyebutkan bahwa harga merupakan salah satu faktor untuk meraih keunggulan kompetitif suatu produk. Selain itu, harga juga dapat membawa pengaruh dalam proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian karena tingkat harga yang ditetapkan menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dalam konsep pemasaran, jika penetapan harga produk terlalu mahal atau tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan, maka konsumen cenderung akan meninggalkan dan mencari produk substitusi lainnya. Oleh sebab itu, harga merupakan salah satu faktor dominan dalam menentukan kesuksesan suatu bisnis.

Menurut Wijaya dan Budiman (2016), analisis multivariat adalah metode statistik yang memungkinkan pengujian dua atau lebih variabel secara bersamaan. Analisis multivariat digunakan sebagai tindak lanjutan bila suatu permasalahan

tidak dapat dipecahkan hanya dengan menghubungkan antar variabel dan pengaruh didalamnya. Teknik ini dikelompokkan kedalam dua jenis, yakni analisis dependensi dan analisis independensi. Menurut Hendryadi dan Suryani (2014) *structural equation modeling* (SEM) adalah metode analisis multivariat tipe independensi yang banyak digunakan oleh peneliti. SEM adalah model yang menggabungkan analisis faktor (model pengukuran) dan analisis jalan (model struktural atau hubungan antar kontrak) yang keduanya diestimasi secara bersamaan. Peneliti juga dapat memilih SEM berbasis Varians (VB-SEM) atau *Partial Least Square-SEM* (PLS-SEM) ketika data mereka gagal memenuhi asumsi parametrik seperti distribusi normalitas multivariat dan ukuran sampel minimum. Namun, pendekatan VB-SEM atau PLS-SEM adalah non-parametrik, bukan pendekatan parametrik di CB-SEM. Pemilihan metode berangkat dari tujuan penelitian. Jika teori yang ada perlu diuji dan dikonfirmasi, CB-SEM adalah yang terpilih. Namun demikian, untuk tujuan pengembangan teori maupun prediksi, PLS-SEM lebih baik (Rahadi, 2023). Dari deskripsi di atas, peneliti memilih menggunakan metode SEM-PLS dan analisis jalur dalam menjelaskan hubungan keterkaitan antar variabel. Alasan peneliti memilih metode tersebut karena metode SEM-PLS sangat cocok untuk penelitian eksploratif dan prediktif, serta model pengukuran yang kompleks. Fokus utama dipilihnya metode SEM-PLS yakni kemudahan menangani data yang tidak biasa serta sampel data yang lebih kecil, hal ini membuat SEM-PLS lebih fleksibel digunakan dibanding SEM full/ CB-SEM.

Berdasarkan data tingkat kepuasan pelanggan dan volume penjualan produk CV Royale Cavalarie, terdapat kesenjangan dimana jumlah produk yang terjual terus mengalami penurunan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan penelitian mengenai keterkaitan dan dampak dari kualitas produk, persepsi harga, dan kemasan terhadap keputusan pembelian dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN PRODUK ROTI BLUDER PRODUKSI ROYALE CAVALARIE SURABAYA**”



Gambar 1. 3 Model Konseptual

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk, persepsi harga, dan kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti bluder?
2. Bagaimana kualitas produk, persepsi harga, dan kemasan, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen roti bluder?
3. Apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen roti bluder?
4. Bagaimana model persamaan struktural yang terbentuk?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian hanya berpusat pada topik permasalahan, maka terdapat batasan permasalahan antara lain:

1. Hanya meneliti variabel kualitas produk, persepsi harga, dan kemasan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen, serta tidak berkaitan dengan variabel lain.
2. Metode pengolahan data menggunakan SEM-PLS dengan bantuan *software* SmartPLS 3.
3. Responden hanya masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Surabaya yang pernah membeli roti minimal 2 kali.

1.4 Asumsi

Adapun asumsi – asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tidak terjadi perubahan kebijakan selama penelitian dilakukan.

2. Responden mampu memahami isi kuesioner.
3. Responden menjawab kuesioner secara objektif.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian roti bluder produksi CV Royale Cavalarie Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kemasan terhadap Kepuasan Konsumen roti bluder produksi CV Royale Cavalarie Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen roti bluder produksi CV Royale Cavalarie Surabaya.
4. Untuk mengetahui model persamaan struktural hubungan antara Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diberikan bagi semua pihak adalah sebagai berikut:

- a) Teoritis
 1. Hasil dari penelitian ini berperan sebagai sumber referensi dalam pengelolaan perpustakaan dan sebagai acuan dalam mengetahui seberapa

jauh teori – teori yang dipelajari selama perkuliahan dapat diterapkan dalam menangani masalah yang ada di lingkungan perusahaan.

2. Dengan adanya penelitian ini mahasiswa dapat belajar dan mengaplikasikan *software* SmartPLS dan menerapkan metode analisis jalur sebagai penyelesaian masalah kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang berbeda.
- b) Praktis
1. Sebagai sarana meningkatkan loyalitas konsumen pada produk roti bluder produksi CV Royale Cavalarie.
 2. Memberikan landasan bagi perusahaan untuk merancang strategi yang lebih holistik dan berbasis data, yang dapat meningkatkan kinerja bisnis dan kepuasan pelanggan di masa mendatang

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan – batasan masalah, asumsi – asumsi yang digunakan dalam penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang teori – teori yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, keputusan pembelian, faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, faktor – faktor yang mempengaruhi

keputusan pembelian, *structural equation modelling* berbasis *partial least square* (SEM-PLS), dan analisis jalur.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian dari kerangka pemikiran, sumber data, jenis data dan metode analisis data serta langkah – langkah pemecahan masalah dari perumusan masalah hingga penyelesaian masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini menampilkan data kualifikasi responden, hasil kuesioner yang didapatkan dari responden, uji validitas, uji reliabilitas, serta analisis jalur korelasi antar variabel uji menggunakan metode SEM-PLS.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang pembahasan hasil pengolahan data yang didapatkan melalui pengolah *software* SmartPLS.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan kesimpulan terhadap hasil analisis pengolahan data. Kesimpulan tersebut menjawab tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Selain itu juga berisi saran untuk penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN