

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri *bakery* di Lumajang sangat cepat dan cenderung meningkat setiap tahunnya, hal ini terbukti dari banyaknya macam kuliner yang beredar sebagai akibat perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin variatif. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, tiap perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan yang lebih baik dalam persaingan bisnis. Kemampuan dalam bersaing harus dimiliki oleh tiap perusahaan baik perusahaan sejenis maupun tidak sejenis guna mempertahankan dan meningkatkan pelanggan agar usahanya dapat berjalan dan berkembang dengan baik. Beraneka ragam bentuk, rasa dan harga ditawarkan oleh para pelaku bisnis *bakery* untuk berpacu mendapatkan produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen.

Persaingan bisnis *bakery* tergolong ketat dalam beberapa waktu terakhir terbukti dari keberagaman produk roti yang ditawarkan saat ini, misalnya roti tawar. Roti tawar merupakan salah satu produk yang banyak dikonsumsi masyarakat perkotaan seperti di Lumajang sebagai pengganti nasi. Perubahan gaya hidup masyarakat menimbulkan berbagai karakteristik yang menguntungkan dari bisnis *bakery* khususnya roti tawar sehingga banyak perusahaan berpacu membuat inovasi demi mempertahankan dan

meningkatkan pelanggan, terbukti dari data observasi tanggal 6 Juni 2021 mengenai penjualan roti tawar di Lumajang, sebagai berikut:

Tabel 1.1  
Data Penjualan Roti Tawar di Toko Roti Lumajang

No.	Toko Roti	Varian	Harga	Isi
1.	Roti & Kue Mak Phie	Roti Tawar Wijen	Rp. 12.000,-	21 potong
		Roti Tawar Kotak	Rp. 11.000,-	18 potong
		Roti Tawar Raksasa	Rp. 7.000,-	6 potong
2.	Orion	Roti Tawar Biasa	Rp. 10.000,-	18 potong
		Roti Tawar Polos	Rp. 11.000,-	10 potong
3.	Roti 88	Roti Tawar	Rp. 10.000,-	10 potong

Sumber: Observasi

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa roti tawar yang dijual di Lumajang cukup bervariasi tergantung toko yang menjualnya, berbagai varian yang ditawarkan dengan harga yang berbeda tergantung berapa potong dalam satu kemasan.

Semakin berkembang dan populernya roti tawar di Lumajang menyebabkan perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat agar usahanya dapat terus berkembang dengan cara mempertahankan dan meningkatkan pelanggan. Perusahaan yang ingin terus berkembang dengan baik juga harus mampu memanfaatkan setiap kesempatan ataupun celah yang ada karena semakin banyaknya pesaing yang akan muncul kedepannya.

Menjaga dan mempertahankan pelanggan bukan merupakan pekerjaan yang mudah, hal ini tergantung bagaimana kemampuan perusahaan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Untuk meningkatkan minat beli pelanggan perusahaan harus memberikan inovasi baru pada produknya, meningkatkan kualitas bahan baku dan mempertahankan cita rasa khas

perusahaan. Menurut Priansa (2017:164), minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Menurut Lupiyoadi (2001:134), 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. Menurut Kotler & Keller (2012:164) melalui model AIDA, ada empat tahapan dalam minat beli antara lain: perhatian (*attention*), tertarik (*interest*), hasrat (*desire*) dan tindakan (*action*).

Kunci utama untuk mempertahankan pelanggan dengan menciptakan inovasi baru, untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk dan memberikan solusi yang lebih baik bagi permasalahan konsumen. Menurut Dhewanto, Indradewa, Ulfah & Rahmawati (2015:105) mendefinisikan inovasi produk sebagai sebagai 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 inovasi produk dengan minat beli pelanggan adalah inovasi dilakukan untuk membuat suatu terobosan baru dalam suatu produk. Inovasi produk yang kuat akan berimbang pada keunggulan bersaing untuk produk itu sendiri. Apabila produk memiliki keunggulan bersaing yang kuat akan memberikan pengaruh terhadap minat beli. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fabuari (2020), John's Bakery Kota Batam selalu melakukan

serta mengembangkan inovasi produk yang lebih inovatif sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Hal tersebut akan memberikan dampak kepada konsumen untuk melakukan minat beli dan membeli ulang produk di John's Bakery Kota Batam.

Proses produksi harus tetap memperhatikan kualitas produk meskipun perusahaan berupaya memberi inovasi baru pada 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. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:115) menyatakan bahwa kualitas produk sebagai 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 di mata masyarakat karena perusahaan tersebut sudah terbukti dapat dipercaya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Negara, Arifin & Nuralam (2018) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Minat beli", hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan *brand image* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap proses minat beli, kemudian kualitas produk dan *brand image* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Perusahaan yang melakukan inovasi produk dan perbaikan kualitas produk juga harus memperhatikan cita rasa. Tidak bisa dipungkiri bahwa cita rasa merupakan variabel yang paling diperhatikan konsumen ketika membeli suatu produk. Menurut Drummond & Bredere (2010:3) cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi bau, rasa, tekstur dan suhu. Hubungan citarasa dan minat beli pelanggan adalah ada kalanya makanan atau minuman yang tersedia memiliki bentuk yang kurang menarik meskipun kandungan gizinya tinggi dan memiliki rasa yang enak bagi sebagian orang. Namun cita rasa yang khas itulah yang selalu diingat oleh konsumen dan ingin terus mencobanya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yudistira (2021) dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Reza *Bakery* Padang Sidempuan”, hasil pengujian menunjukkan bahwa cita rasa, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen secara parsial. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa cita rasa, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai inovasi produk, kualitas bahan baku, cita rasa dan minat beli pelanggan yaitu: Afriyanti & Rahmidani (2019) dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan dan Variasi Produk terhadap Minat Beli *Ice Cream Aice* di Kota Padang”, variabel inovasi produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli *ice cream Aice* di Kota Padang.

Negara, Arifin & Nuralam (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Minat beli”, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan *brand image* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap proses minat beli, kemudian kualitas produk dan *brand image* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Yudistira (2021) dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Reza *Bakery* Padang Sidempuan”, hasil pengujian menunjukkan bahwa cita rasa, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen secara parsial. hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa cita rasa, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Dalam penelitian ini penulis juga menggunakan batasan masalah agar penelitian ini tidak menyimpang dan tidak terjadi pelebaran pokok masalah. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Penelitian ini di bidang manajemen pemasaran, masalah yang perlu diteliti hanya tentang inovasi produk, kualitas produk dan cita rasa terhadap minat beli produk roti tawar di toko Kue & Roti Mak Phie Lumajang, responden penelitian ini adalah semua orang yang telah melakukan pembelian produk roti tawar setidaknya dua kali.

Berdasarkan uraian dan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan cita rasa terhadap minat beli. Sehingga peneliti mengambil judul “Pengaruh Inovasi

Produk, Kualitas Produk dan Cita Rasa terhadap Minat Beli pada Toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang serta uraian diatas yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap minat beli produk roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang?
- c. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap minat beli produk roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang?
- d. Apakah inovasi produk, kualitas produk dan cita rasa berpengaruh secara simultan terhadap minat beli produk roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi produk berpengaruh terhadap minat beli roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.
- b. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh cita rasa berpengaruh terhadap minat beli roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan cita rasa berpengaruh secara simultan terhadap minat beli roti tawar pada toko Roti & Kue Mak Phie Lumajang.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran terutama dalam menguji teori inovasi produk, kualitas produk, cita rasa dan minat beli sehingga dapat dijelaskan apakah hasil penelitian ini mendukung atau menolak penelitian sebelumnya.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan untuk tambahan informasi bagi mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang tentang manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan cita rasa terhadap minat beli.

- 2) Bagi Peneliti

Bagi peneliti merupakan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata 1 (S1) di STIE Widya Gama Lumajang selain itu sebagai



pengaplikasian untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah didapat dari bangku kuliah dengan membandingkan realita yang ada di lapangan, dan untuk menambah wawasan penulis mengenai manajemen pemasaran.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan referensi serta motivasi untuk dapat melanjutkan penelitian yang berhubungan dengan tema ini.

4) Bagi Pemilik Usaha

Dapat digunakan sebagai bahan masukan serta pertimbangan untuk mengetahui besarnya pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan cita rasa terhadap minat beli.

