

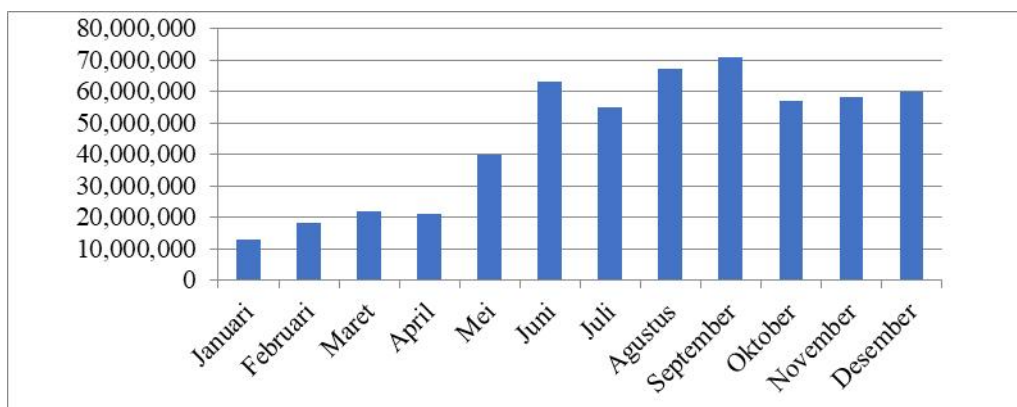
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri roti ialah sebuah industri yang membuat produknya dengan cara memanfaatkan tepung terigu sebagai bahan dasar produksi. Mulanya roti hanya dikonsumsi oleh masyarakat kelas menengah atas, namun seiring berkembangnya waktu, roti dikonsumsi oleh seluruh kalangan masyarakat Indonesia roti sebagai makanan di kala sibuk. Roti memiliki nilai yang praktis dan memiliki ragam bentuk, rasa, dan tekstur, sehingga memberikan peluang usaha bagi pelaku industri roti di Indonesia. Hal tersebut yang menjadikan skala usaha bisnis roti yang beragam dari skala kecil sampai industri besar. Pelaku industri roti skala kecil tercatat sekitar 60%, skala industri besar tercatat 20%, dan sisanya tercatat berskala menengah (Berliana, 2022). Mengacu pada perkembangan industri roti yang cukup pesat ini maka diperlukan sebuah inovasi produk sebagai upaya dalam meningkatkan skala bisnis. Salah satu tindakan yang bisa dilakukan adalah menciptakan roti dengan beragam variasi.

Salah satu produk roti yang terkenal di Kabupaten Lumajang adalah Roti Orion. Roti Orion dituntut agar mengetahui dan mengikuti perkembangan tren dan teknologi terbaru sehingga bisa melakukan penyesuaian dengan perkembangan zaman agar bisa memberikan kualitas yang baik sehingga terciptanya kepuasan pelanggan.



Gambar1. 1 Penjualan Roti Orion di Lumajang Tahun 2022

Sumber: Penjualan Roti Orion di Lumajang

Gambar 1.1 memperlihatkan data penjualan Roti Orion Lumajang yang mengalami fluktuasi sepanjang tahun 2022. Pada bulan Januari penjualan Roti Orion Lumajang hanya sebesar Rp13.000.000 namun terus mengalami peningkatan penjualan pada bulan – bulan selanjutnya setelah PPKM resmi diberhentikan dan perekonomian masyarakat telah pulih kembali. Penjualan tertinggi Roti Orion Lumajang adalah pada bulan Agustus sebesar Rp 67.000.000, hal ini karena pada Agustus 2022 cukup banyak pesanan dari masyarakat maupun instansi-instansi yang diperlukan untuk memeriahkan acara memperingati hari kemerdekaan.

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari membandingkan antara harapan yang dimiliki konsumen sebelum melakukan pembelian dan tanggapan akan kinerja produk setelah membeli suatu produk (Tjiptono, 2016:76). Terdapat Indikator kepuasan berdasarkan Tjiptono (2016:77) yakni: 1) kualitas produk yang dijual, konsumen berharap kualitas pada produk baiknya sama dengan produk yang diiklankan. 2) kualitas pelayanan dapat menimbulkan rasa puas atas pelayanan. 3)

harga produk yang sesuai nilai suatu produk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. 4) kemudahan dalam mengakses produk, agar mudah dalam menemukan dan membeli produk yang ditawarkan. 5) iklan produk, iklan harus sesuai target pasar yang bersifat menarik dan mudah dimengerti. Kepuasan dapat dijadikan peran penting oleh perusahaan disebabkan apabila ketika pelanggan merasa senang atau puas terhadap produk yang ditawarkan, maka terjadi pembelian kembali. Sebab itu perusahaan harus memperhatikan segala aspek yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satunya dipengaruhi oleh harga serta kualitas produk.

Kualitas produk merupakan atribut yang mendukung kapasitas produk yang telah ditetapkan untuk bertahan sebentar atau lebih panjang, dengan kualitas yang unggul pada produk tersebut (Indrasari, 2019:54). Indikator dari kualitas produk dari pandangan Suryati (2015:25) 1) kinerja, berkaitan dengan kegunaan maupun manfaat dari suatu produk; 2) keandalan, keberhasilan fungsi dari produk dalam waktu tertentu; 3) keistimewaan, ciri khas produk yang mencerminkan fungsi dan inovasi produk dengan tujuan memenuhi kepuasan pelanggan; 4) daya tahan kaitannya dengan jangka waktu pemakaian suatu produk; 5) kesesuaian, tingkat kecocokan produk yang telah ditentukan dengan kebutuhan konsumen yang telah ditetapkan; 6) desain, aspek perasaan dari seorang konsumen yang berpengaruh pada kepuasan terhadap perusahaan yang memberikan penawaran terhadap produk tersebut, dan akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian.

Hubungan atau keterkaitan antara kualitas produk dengan kualitas pelanggan adalah ketika perusahaan mampu memberikan produk dengan kualitas yang tinggi

maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan. Ini disebabkan oleh pelanggan akan menilai kepuasan yang dirasakan berdasarkan kualitas dari produk yang dibeli apakah telah sesuai dengan yang diharapkan. Teori ini didukung penelitian Aldiana, Adji, & Santoso (2020) yang menegaskan bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Harga adalah total nominal yang dibayarkan sebagai sarana pembayaran untuk memperoleh kepemilikan atas produk atau layanan, sejalan dengan upaya yang dilakukan oleh konsumen (Tjiptono & Diana, 2016:218). Menurut Indrasari (2019:41) indikator harga dibentuk oleh: 1) harga yang bisa dijangkau; 2) kualitas produk yang sebanding dengan harga yang dibayar; 3) harga yang kompetitif dengan pesaing; 4) manfaat yang sepadan dengan harga yang dikeluarkan; 5) harga menyebabkan imbas untuk keputusan pembelian karena kualitas yang sesuai dengan harga akan memicu konsumen untuk membeli atau menentukan pembelian.

Hubungan atau keterkaitan antara harga dengan kepuasan pelanggan adalah penetapan harga yang sepadan dengan manfaat dari suatu produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini terjadi karena harga yang kurang sesuai dengan manfaat justru bisa menyebabkan konsumen memilih produk lain yang sejenis sebagai alternatif. Teori ini sejalan dengan penelitian Irdiana & Hidayah (2019) mengungkapkan bahwa harga memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan.

Alasan peneliti memilih kualitas produk sebagai variabel penelitian dikarenakan kualitas produk bersinggungan langsung dengan pelanggan karena

produk dibuat untuk sebisa mungkin menjadi solusi untuk pelanggan. Semakin baik kualitas produk dan semakin dekatnya dengan ekspektasi konsumen, membuat pelanggan menjadi puas sehingga berminat untuk melakukan pembelian. Selain itu harga menjadi variabel penelitian karena sebelum melakukan pembelian, konsumen melakukan penilaian terhadap harga yang ditetapkan sepadan dengan kinerja produk tersebut. Ketika harga yang telah ditetapkan memiliki kesesuaian dengan manfaat yang diperoleh akan memicu timbulnya kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas terkait hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan antara lain: 1) penelitian Irdiana & Hidayah (2019) berjudul “Kepuasan Pasien Rawat Inap Ditinjau dari Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas di Lumajang” memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pasien, namun harga dan fasilitas tidak mempengaruhi kepuasan dari pasien; 2) penelitian Aldiana, Adji, & Santoso (2020) berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen” menunjukkan jika kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga, kualitas produk dan *word of mouth*; 3) Fatin, Ato'illah, & Lestari (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Es Krim Glico Wings (Studi Kasus di Outlet Anugerah Abadi Lumajang)” memperlihatkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh pada seberapa puas konsumen, melainkan harga yang berpengaruh pada kepuasan konsumen; 4) Riswan, Waloejo, & Listyorini (2022) memiliki judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna *Smartphone* Merek Iphone Apple Di Kota Semarang” menyampaikan

bahwa kepuasan konsumen berpengaruh dari inovasi produk dan kualitas produknya; 5) penelitian Sabilla & Muslih (2022) dengan judul “Analisis Kualitas Produk, *Celebrity Endorser*, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Ms Glow Outlet Kertosono” menyebutkan kalau kualitas produk, harga, dan *celebrity endorser* berpengaruh pada kepuasan konsumen mereka.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya terkait produk yang diteliti, tempat penelitian, periode penelitian, serta komponen variabel independen. Penelitian ini memilih Toko Kue Orion sebagai produk yang diteliti karena Toko Kue Orion adalah salah satu retail kue lokal yang terkenal di Lumajang yang memiliki berbagai macam jenis kue serta memiliki konsumen dari berbagai kalangan. Periode penelitian ini dilakukan tahun 2023 dengan variabel independen hanya berpusat pada kualitas produk serta harga.

Berdasarkan seluruh uraian mengenai latar belakang dan terdapat perbedaan dengan hasil penelitian terdahulu diatas, dengan demikian perlu dilakukan penelitian kembali dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Roti Orion**”.

1.2 Batasan Masalah

Guna mempermudah proses penelitian, maka dibutuhkan batasan masalah yang berguna untuk menghindari adanya kesalahpahaman atas perbedaan persepsi dari pembaca, sebagai berikut:

- a. Penelitian ini membahas manajemen pemasaran yang terfokus pada pembahasan mengenai kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan.
- b. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Roti Orion di Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Meninjau latar belakang serta batasan masalah yang ada, maka masalah yang dihadapi dapat dirumuskan seperti berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Roti Orion?
- a. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Roti Orion?

1.4 Tujuan Penelitian

Mempertimbangkan perumusan masalah tersebut maka tujuan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Roti Orion.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Roti Orion.

1.5 Manfaat Penelitian

Peneliti memiliki harapan bahwa hasil penelitian ini akan menyumbang manfaat bagi banyak pihak terkait, meliputi:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi eksplorasi pengetahuan manajemen pemasaran berkaitan dengan kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata 1 pada Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang serta sebagai penambah pengetahuan manajemen pemasaran mengenai kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen.

2) Bagi Peneliti selanjutnya

Peneliti ini dimanfaatkan sebagai informasi pendukung atau sumber rujukan yang sejalan untuk penelitian berikutnya.

3) Konsumen

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menyumbang informasi berupa data terkait indikator sebelum memutuskan kepuasan atas suatu produk atau perusahaan tertentu.

4) Roti Orion Lumajang

Sebagai bahan informasi yang berguna bagi Roti Orion Lumajang terkait dengan penetapan kualitas produk serta harga yang optimal agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.