

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis semakin ketat, perusahaan berlomba menonjolkan keunggulan produk untuk menarik konsumen, terlihat dari persaingan harga, distribusi dan promosi. Perkembangan ekonomi memengaruhi pertumbuhan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh sebab itu perusahaan harus memperhatikan hal yang dibutuhkan oleh konsumen agar produk yang dihasilkan dapat menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian (Supriyatna, 2020).

Inovasi produk dan citra merek sangat memengaruhi keputusan pembelian di restoran. Inovasi menarik dapat meningkatkan minat konsumen, sementara citra merek yang positif membangun kepercayaan untuk meningkatkan keputusan pembelian. Kombinasi keduanya mendorong konsumen untuk memilih restoran tersebut dan kembali berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk dan citra merek sangat penting untuk mempertahankan pelanggan. (Supriyantony & Jayadi, 2021).

Inovasi produk adalah produk baru yang dikeluarkan sebuah perusahaan untuk memperbaiki produk sebelumnya dengan cara memodifikasi, membuat merek baru, yang dikembangkan melalui penelitian oleh perusahaan itu sendiri (Kotler dan Amstrong, 2019). Sementara itu, citra merek adalah persepsi dan

keyakinan konsumen, yang tercermin dari asosiasi yang melekat pada ingatan konsumen, asosiasi tersebut selalu terekam di pikiran konsumen (Keller, 2017).

Berdasarkan definisi Inovasi produk dan citra merek, maka perusahaan harus memperhatikan inovasi produk yang menarik agar dapat menarik perhatian konsumen. Inovasi ini berperan penting dalam membedakan produk dari pesaing. Selain itu, citra produk yang baik juga menjadi hal yang sangat penting. Citra yang positif akan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dengan demikian, produk yang inovatif dan memiliki citra baik akan lebih mudah tertanam di pikiran konsumen saat mereka mempertimbangkan untuk melakukan pembelian (Wijaya, 2019).

UMME beralamat di Jln. Supriyanto Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, merupakan sebuah restoran yang menyajikan hidangan khas Jepang seperti ramen dan udon yang berdiri sejak tahun 2018. Restoran ini dikenal karena cita rasanya yang autentik dan variasi menu yang beragam seperti berbagai menu Pempek, Nusantara, Ricebowl, Udon, Ramen, Coffee Bun, Dessert, Snack dan berbagai menu minuman tea, minuman non coffee dan coffee.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak M. Riansyah selaku owner, sejak 2023 hingga saat ini, UMME belum mengeluarkan inovasi produk terbaru dan masih mempertahankan varian produk lama. Hal ini disebabkan oleh kekhawatiran bahwa inovasi baru yang tidak sesuai dengan preferensi konsumen dapat mengecewakan pelanggan, sehingga menurunkan minat beli ulang. Selain itu, risiko kerugian akibat biaya produksi yang tinggi serta potensi ketidaksiapan pasar dalam menerima perubahan semakin memperkuat keputusan untuk tidak

melakukan inovasi. Namun, tanpa inovasi produk, daya tarik terhadap konsumen dapat berkurang, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan potensi penurunan penjualan.

Selain itu terjadinya penurunan pembelian akibat perusahaan kuliner ini pernah melakukan pergantian merek dagang dari Daeng Ramen ke UMME yang mempengaruhi citra merek usaha kuliner. Hal ini peneliti buktikan dengan melakukan *Pra-Survey* terhadap 10 konsumen yang juga penduduk sekitar usaha UMME yang peneliti dapatkan dari Bapak M. Riansyah selaku *owner* yaitu :

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survey

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya bingung untuk membeli di merek dagang UMME karena merek dagang berubah dan saya tidak familiar merek tersebut	8	2
2	Saya ragu membeli di merek dagang UMME dikarenakan rasa khawatir makanannya tidak enak di merek dagang sebelumnya	7	3
3	Tidak ada kepastian bahwa uang yang saya keluarkan untuk membeli makanan sesuai dengan selera saya di UMME	10	0
4	Saya merasa ragu untuk mencoba menu di UMME karena kurangnya informasi terkait bahan dan proses masaknya, dikarenakan makanan bukan produk lokal	10	0

Sumber : 10 Responden Konsumen di sekitar UMME

Dari hasil *pra-survey*, ditemukan bahwa konsumen sekitar yang pernah membeli sebelumnya familiar dengan merek Daeng Ramen mungkin merasakan ketidakpastian atau kebingungan terkait perubahan ini, sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka.

Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh inovasi produk dan citra merek, untuk membantu mendapatkan kesimpulan yang dapat dijadikan landasan dalam menentukan

keputusan pembelian. Penelitian dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana inovasi produk dan citra merek memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Maka dengan rumusan yang dijelaskan penelitian ini menarik judul yaitu **“Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Umme Kota Jambi”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka yang akan menjadi masalah pokok penelitian ini adalah :

1. Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di restoran UMME kota Jambi?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di restoran UMME kota Jambi?
3. Apakah Inovasi produk dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di restoran UMME kota Jambi?

1.3. Batasan Masalah

Penulis memberikan batasan masalah agar pembahasan tidak keluar dari topik yang sedang dibahas sebagai berikut ini :

1. Populasi penelitian yaitu di area usaha Umme Kota Jambi.
2. Jumlah sampel didapatkan setelah melakukan perhitungan rumus Slovin.
3. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif.
4. Variabel bebas yaitu Inovasi produk dan citra merek.
5. Variabel terikat yaitu keputusan pembelian di Restoran Umme Kota Jambi.

6. Alat ukur (*tools*) analisis menggunakan yaitu SPSS 22.
7. Teknik pengumpulan data yaitu instrumen kuesioner dengan menggunakan *Google Forms*.

1.4. Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan penelitian yang penulis lakukan berdasarkan rumusan masalah yang ada yaitu:

1. Untuk mengukur atau menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Restoran Umme Kota Jambi.
2. Untuk mengukur atau menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada Restoran Umme Kota Jambi.
3. Untuk mengukur atau menganalisis pengaruh inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Restoran Umme Kota Jambi.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan dan memperluas kemampuan dan memberikan pengaruh pengembangan pengetahuan dan pemahaman terhadap topik yang sudah dilakukan penelitian tersebut. Peneliti mengenai pemahaman terhadap pengaruh inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Pengusaha

Pemilik pada restoran umme kota jambi dapat memberikan wacana baru agar dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan berdasarkan inovasi produk dan citra merek.

3. Bagi akademik

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Penulisan ini disajikan dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai studi literatur yang bersumber dari buku-buku, jurnal maupun internet dan penelitian sejenis yang memuat konsep-konsep teoritis dan digunakan sebagai kerangka atau landasan untuk menjawab masalah penelitian serta membantu penulis supaya memiliki landasan teori yang baik mengenai penelitian yang dilakukan.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini penulis akan membahas populasi, sample, teknik pengumpulan data, waktu penelitian, tempat penelitian, jenis

pendekatan, teknik pengumpulan data, operasional variabel serta definisi beberapa pengujian-pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS.

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bagian ini berisi uraian rinci tentang hasil yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan beberapa tahapan pengujian SPSS yaitu Uji instrumen yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji reabilitas. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan Heteroskedastisitas. Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Chars Histogram, Uji linearitas, Uji t, uji f dan uji r.

BAB V : Penutup

Dalam bab ini dijelaskan tentang penutup yang berisi kesimpulan setelah melakukan pengujian SPSS dan saran – saran yang terkait dengan hasil penelitian ini.