

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Pemasaran berarti melakukan berbagai upaya untuk memahami apa yang diinginkan konsumen, kemudian menciptakan produk atau layanan yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu, juga dilakukan usaha untuk meyakinkan konsumen bahwa produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan memang sesuai dengan yang mereka butuhkan. Pemasaran merupakan hal yang penting, berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan perusahaan memiliki tantangan salah satunya yaitu pertumbuhan ekonomi serta kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pemasaran yang baik bukan sebuah kebetulan, maka dari itu dibutuhkan sebuah riset sebelum terjadinya produksi produk tentang masalah-masalah yang terjadi di tengah masyarakat sehingga perusahaan mampu memenuhi kebutuhan konsumen (Panjaitan, 2018).

Sebuah produk biasanya memiliki harga dan kualitas yang menunjukkan nilai dari produk tersebut. Namun, tidak selalu produk dengan harga tinggi memiliki kualitas yang sepadan, dan sebaliknya. Biasanya produk dengan harga dan kualitas yang seimbang cenderung lebih menarik bagi banyak orang. Harga adalah “sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk membayar suatu produk atau jasa yang akan diperoleh pelanggan” (Mamun & Hasanuzzaman, 2020). Dengan menetapkan harga, maka akan tercipta sebuah persaingan yang sehat, peningkatan keuntungan, kesetiaan pelanggan terjaga, serta peluang untuk meraih pangsa pasar

yang lebih besar. Harga yang ditetapkan juga harus sesuai dengan kualitas yang diberikan sehingga konsumen tidak ragu untuk membeli produk yang ditawarkan. Hal ini akan menjadi sebuah nilai bagi perusahaan karena telah menawarkan produk dengan harga dan kualitas yang sesuai.

Kualitas produk menurut (Permatasari, 2023) adalah ciri khas yang diciptakan dari sebuah produk atau layanan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumennya. Sekarang, seluruh produsen menyadari bahwa betapa pentingnya kualitas produk yang tinggi untuk memenuhi ekspektasi pelanggan di semua aspek barang yang dijual di pasar. (Sambodo Rio Sasongko, 2021) menjelaskan bahwa loyalitas adalah komitmen yang kuat untuk terus membeli atau mendukung produk atau layanan yang disukai di masa depan, meskipun ada faktor situasional dan strategi pemasaran yang mungkin menggoda pelanggan untuk beralih. Loyalitas konsumen mencerminkan upaya konsumen untuk tetap setia, yang didasari oleh kesadaran, persepsi terhadap kualitas, kepuasan, dan kebanggaan yang mendalam terhadap suatu produk, yang akhirnya berujung pada pembelian ulang.

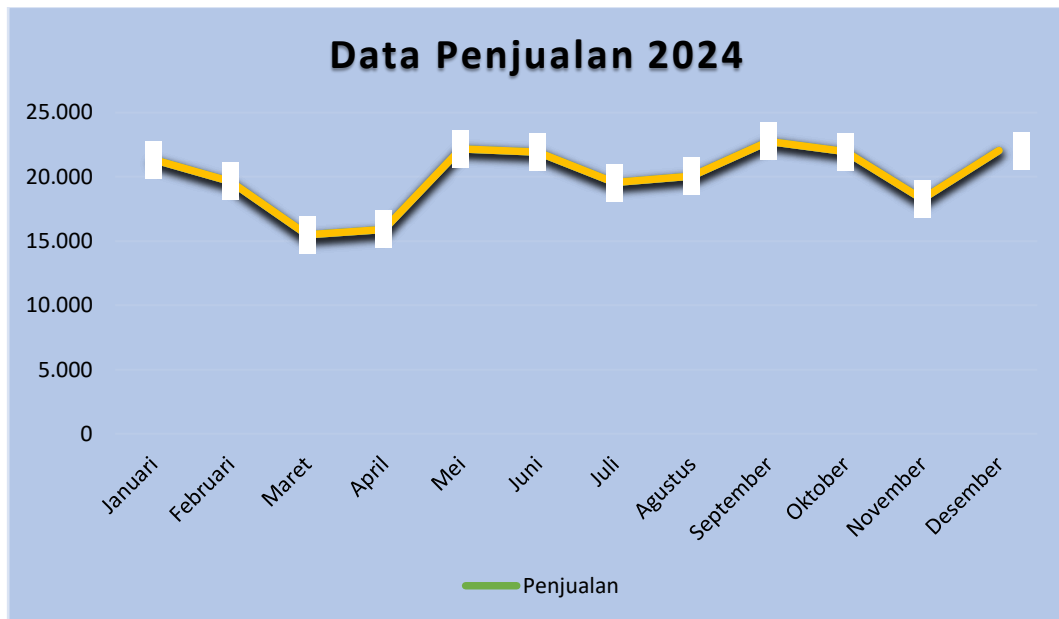
Roti Gembul adalah jenis roti yang terkenal karena kelembutannya. Roti Gembong Gembul berasal dari Indonesia, Jawa Tengah, tepatnya dari daerah Kendal, Jawa Tengah. Roti gembul tepatnya terinspirasi oleh roti tradisional khas Pulau Jawa. Roti ini memiliki kaitan erat dengan budaya kuliner lokal yang sering menghadirkan roti dengan tekstur empuk dan isian melimpah. Konsep Roti Gembong juga berasal dari roti khas dari daerah Kalimantan Selatan, yang juga dikenal dengan bentuk mengembang dan teksturnya yang lembut. Meski

terinspirasi dari tradisi lokal, Roti Gembong Gembul dikembangkan dengan sentuhan modern oleh pasangan suami istri pada tahun 2020. Usaha ini dirintis saat pandemi di Indonesia, berawal dari usaha rumahan yang berkembang menjadi merek besar dengan ratusan gerai di berbagai kota.

Setelah dikenal oleh masyarakat, produksi Roti Gembong Gembul mulai meningkat pesat. Dalam sehari, mereka mampu memproduksi sekitar 600 roti. Roti Gembong Gembul berhasil memberikan sentuhan modern dan rasa yang lebih beragam untuk memenuhi selera konsumen masa kini. Gerai pertamanya juga terletak di daerah Cacaban, Magelang, Jawa Tengah. sebelum akhirnya merambah kota-kota besar lainnya. Selain menyediakan roti baru setiap hari, Roti Gembong Gembul juga menawarkan beragam varian. Untuk saat ini, terdapat sekitar 22 pilihan rasa yang dapat dipilih. Selain roti yang empuk, lembut dan fresh setiap hari dengan banyak pilihan rasa, roti ini memiliki harga yang terjangkau mulai dari Rp 14.000. Sebagai pelopor roti gembong nomor satu di Indonesia, Roti Gembong Gembul telah memiliki 200 gerai di seluruh Indonesia dengan tagline “andalan buah tangan”.

Gerai Roti Gembong Gembul yang beralamat di JL. H. Adam Malik, Beringin, Kec. Jambi Selatan, Kota Jambi, Jambi, yang berdiri pada tahun 2022 terus mengalami tantangan persaingan yang terus berkembang dengan kualitas produk serta harga menjadi ancaman serius bagi kelangsungan usaha ini. Berikut ini adalah data omset Roti Gembul Beringin Jambi pada Januari 2024 – September 2024:

Gambar 1.1 Data Penjualan



Sumber: roti gembul beringin jambi, 2024

Berdasarkan data penjualan menunjukkan adanya ketidakstabilan pada produksi penjualan. Penjualan Roti Gembul Beringin Jambi sepanjang tahun 2024 mengalami fluktuasi yang mencerminkan adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Pada awal tahun, penjualan cukup tinggi dengan 21.350 unit di Januari, tetapi mengalami penurunan bertahap hingga mencapai titik terendah pada Maret dan April dengan hanya 15.000 unit. Salah satu faktor yang mungkin menyebabkan penurunan ini adalah keterbatasan varian dari produk, varian ini bisa berupa bentuk, rasa, jenis dan lain-lain. Dibandingkan dengan kompetitor yang menawarkan berbagai bentuk dan rasa roti, Roti Gembul Beringin Jambi hanya memiliki satu jenis roti. Hal ini dapat menyebabkan kejenuhan di kalangan pelanggan, sehingga mereka mencari alternatif dari brand lain yang lebih variatif.

Menjelang akhir tahun, penjualan kembali meningkat hingga 22.050 unit di Desember, kemungkinan besar karena meningkatnya permintaan selama musim liburan. Namun, untuk menjaga loyalitas pelanggan dalam jangka panjang, Roti Gembul Beringin Jambi perlu mempertimbangkan inovasi produk dengan menambah varian roti agar dapat bersaing dengan merek lain. Selain itu, strategi harga yang tepat juga diperlukan untuk memastikan bahwa pelanggan tetap memilih produk ini meskipun terdapat banyak pilihan di pasar. Dengan kombinasi inovasi produk dan kebijakan harga yang sesuai, Roti Gembul Beringin Jambi dapat meningkatkan daya saingnya dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Permasalahan ini juga didukung oleh hasil penelitian (Wahyuni et al., 2024) dan (Rahma & Daryanto Seno, 2022) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan.

Studi-studi ini mengungkapkan bahwa kualitas produk dan harga menjadi peran penting dalam mencapai loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, Roti Gembul Beringin Jambi memfokuskan produknya terhadap kualitas produk dan harga secara efektif yang berpotensi dapat menimbulkan dampak positif terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka menurut peneliti perlu untuk melakukan analisis sejauh mana kualitas dan harga mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap produk roti gembul. Berdasarkan latar belakang peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Roti Gembul Beringin Jambi”**.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat membuat perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk Roti Gembul Beringin Jambi?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk Roti Gembul Beringin Jambi?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan Roti Gembul Beringin Jambi?

1.3 PEMBATASAN MASALAH

Untuk membatasi masalah agar tidak terlalu luas dan menyimpang, maka kami membuat batasan-batasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini dilakukan di toko Roti Gembul Beringin Jambi.
2. Penelitian ini ditujukan kepada konsumen toko Roti Gembul Beringin Jambi.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada toko Roti Gembul Beringin Jambi
4. Keterbatasan waktu sehingga penelitian mengambil sampel pada konsumen toko Roti Gembul Beringin Jambi.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan masalah tersebut yang menjadi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk Roti Gembul Beringin Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan produk Roti Gembul Beringin Jambi.

3. Untuk mengetahui kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan produk Roti Gembul Beringin Jambi.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Adapun penelitian ini diharapkan dapat menyampaikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi pemilik usaha Roti, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para pemilik usaha roti dalam mengembangkan usahanya dalam meningkatkan minat beli masyarakat.
2. Bagi pihak akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan ataupun referensi khususnya untuk melakukan penelitian sejenisnya.
3. Bagi masyarakat luas, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat di toko roti.
4. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat mengasah kemampuan dalam meneliti suatu masalah yang sedang dihadapi di kehidupan sehari-hari.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika dibuat untuk mempermudah dan mengetahui pembahasan pada penelitian ini secara menyeluruh, Adapun sistematis penulisannya sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang pembahasan pengertian promosi, harga dan keputusan pembelian, termasuk juga kedalam rumusan hipotesis. Kemudian hasil - hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan juga berisi pengembangan kerangka pemikiran.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan terdiri dari jenis penelitian, variable, tempat dan waktu, populasi dan sample penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan Teknik analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHAN

Dalam bab ini berisi gambaran umum objek penelitian dan terdiri dari gambaran hasil penelitian dan analisis secara penjelasan dan detail.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian. Sedangkan saran mencantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada.