BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada era globalisasai saat ini, banyak orang yang terus berinovasi membuat produk yang unik dan disukai masyarakat. Penciptaan konsep bisnis di berbagai industri merupakan upaya untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat (Hassandi et al., 2024). Maka dari itu, banyak masyarakat saat ini berlomba-lomba memproduksi makanan ringan maupun makanan berat. Banyak juga makanan ringan yang dikemas, sehingga praktis dibawa oleh konsumen kemanapun. Dan biasanya makanan ringan yang dikemas memiliki daya tahan lebih lama yang membuatnya bisa dikirim ke lain daerah. Sehingga membuat pemilik usaha bisa mengembangkan produknya ke lain daerah.

Pertumbuhan ini ditandai dengan banyaknya muncul perusahaan industri makanan, serta perkembangan pemasaran yang menggunakan teknologi yang berperan penting dalam pertumbuhan industri makanan di Indonesia. Perkembangan ini mencakup berbagai aspek seperti tren konsumen, makanan yang banyak muncul serta perdagangan makanan yang bisa dijual melalui teknologi. Karena hal tersebut, banyak muncul produk makanan siap makan seperti makanan ringan yang mudah ditemukan dan sangat diminati masyarakat masa kini (Kholipah et al., 2023)

Produk makanan ringan biasanya memiliki harga yang bervariasi mulai dari harga yang terjangkau hingga menengah. Susanti et al., (2022) menjelaskan bahwa

harga adalah nilai yang diberikan oleh produsen untuk tujuan memanfaatkan, menggunakan, atau memiliki barang dan jasa. menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang yang ditambahkan pada produk atau layanan, atau jumlah uang yang telah dibayarkan untuk sesuatu yang lain sejak barang atau layanan dibeli. Harga merupakan suatu hal yang sangat erat dengan kemampuan konsumen untuk membeli suatu produk dan juga dilihat dari kualitas produk tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa harga mengambil peran yang penting terhadap keputusan pembelian dilihat juga dari kualitas produk dan pemasarannya. Harga pada Keripik Tusuk Gigi Aulia termasuk terjangkang di kantong pembeli. Berikut adalah tabel harga Keripik Tusuk Gigi Aulia.

Tabel 1. 1 Harga Keripik Tusuk Gigi Aulia

Nama Produk	Harga
Keripik Tusuk Gigi Aulia Kecil (150gr)	Rp 9.000,00
Keripik Tusuk Gigi Aulia Lidi Kecil (150gr)	Rp 9.000,00
Keripik Tusuk Gigi Aulia Kemasan Besar (400gr)	Rp 23.000,00

Sumber: UMKM AULIA

Harga Tusuk Gigi Aulia terjangkau seharga Rp 9.000,00/pcs untuk ukuran 150gr. Sedangkan untuk kemasan besar (400gr) seharga Rp 23.000,00/pcs. Akan tetapi jika dijual di minimarket, swalayan, dan supermarket harga Keripik Tusuk Gigi Aulia bervariasi, tergantung dari toko tersebut mengambil persenan dari harga yang telah diberikan. Harga dipandang oleh konsumen sebagai representasi dari biaya yang mereka keluarkan untuk mendapatkan rasa yang memuaskan mereka secara pribadi dan juga sebagai ukuran kualitas. Dari hasil penelitian Ananto et al.,

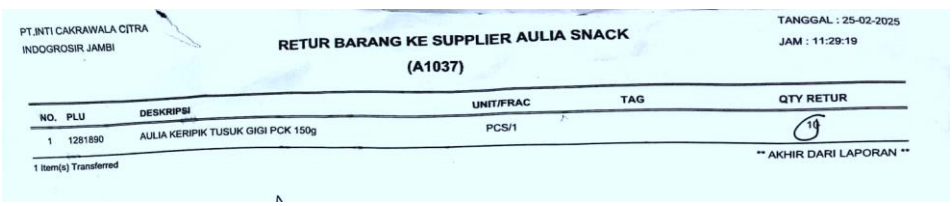
(2023), mengungkapkan bahwa, harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Setyawati et al., (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian. Serta dari penelitian Mustika et al., (2021), hasil penelitian menunjukkan bahwa pada saat yang sama dua faktor bebas yang dipertimbangkan, yakni harga serta kualitas suatu produk mempengaruhi keputusan dari suatu pembelian dengan koefisien determinasi yakni 46,1%, sedangkan 53,9% lainnya disebabkan oleh beberapa faktor lain yang tidak dianalisa.

Agar penjualan dapat meningkat, produsen mempertahankan kualitas produk sama pentingnya dengan harganya. Mustika et al., (2021) mengungkapkan bahwa konsumen akan cenderung memilih produk yang menawarkan kualitas dan inovasi yang paling tinggi. Seperti yang dinyatakan oleh Abid, (2022) menyatakan bahwa kualitas produk ditentukan oleh kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Amstrong et al., (2018) mengatakan bahwa apa pun yang dapat tersedia di pasar untuk dipertimbangkan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan dianggap sebagai kualitas produk.

Berikut data *retur* barang Keripik Tusuk Gigi Aulia:

Gambar 1. 1 Nota *Retur* Keripik Tusuk Gigi Aulia



PT.INTI CAKRAWALA CITRA
INDOGROSIR JAMBI

RETUR BARANG KE SUPPLIER AULIA SNACK
(A1037)

TANGGAL : 25-02-2025
JAM : 11:29:19

NO.	PLU	DESKRIPSI	UNIT/FRAC	TAG	QTY RETUR
1	1281890	AULIA KERIPIK TUSUK GIGI PCK 150g	PCS/1		10

1 Item(s) Transferred

** AKHIR DARI LAPORAN **

Sumber: UMKM AULIA 2025

Dapat dilihat dari data **Gambar 1.1** tersebut, Keripik Tusuk Gigi Aulia mengalami pengembalian barang dalam jumlah yang cukup banyak yaitu 10% dari keripik yang dimasukkan di toko tersebut. Hal ini bisa meningkat seiring dengan menurunnya penjualan Keripik Tusuk Gigi Aulia. Nota tersebut merupakan salah satu toko yang dititipkan Keripik Tusuk Gigi Aulia di Kota Jambi. Dari data tersebut dapat terlihat bahwa produk yang dijual didalam daerah maupun diluar daerah tidak bisa dipastikan laku terjual semua. Berdasarkan penjelasan oleh pemilik UMKM Aulia, bahwa produk yang diretur tersebut bisa karena produk hancur, kemasan rusak atau sudah lewat tanggal kadaluarsa. Produk tersebut bisa hancur dikarenakan dalam perjalanan menuju ke daerah lain Keripik Tusuk Gigi Aulia terbentur oleh barang lain sehingga produk hancur dan kemasan produk yang sudah tidak layak jual. Seperti kualitas produk yang menurun apabila dibiarkan lama ditoko yang terpapar matahari secara langsung. Ini membuat produk berubah warna menjadi pucat dan berujung pada kurang menarik konsumen untuk melakukan pembelian keripik tusuk gigi Aulia. Dan berakibat pada menurunnya keputusan pembelian konsumen dan penjualanan dari UMKM AULIA.

Keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi penilaian kualitas produk. Kotler et al., (2018) menjelaskan bahwa konsumen membuat keputusan untuk membeli merek yang paling disukai, tetapi ada dua hal yang dapat terjadi antara niat membeli dan keputusan membeli. Keputusan tentang apa yang akan dibeli dibuat oleh konsumen berdasarkan pendapat mereka tentang harga, rasa, dan kualitas. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian

konsumen adalah kualitas produk melalui menaikkan atau memberikan kualitas dari produk dengan apa yang diinginkan konsumen (Setyawati et al., 2022).

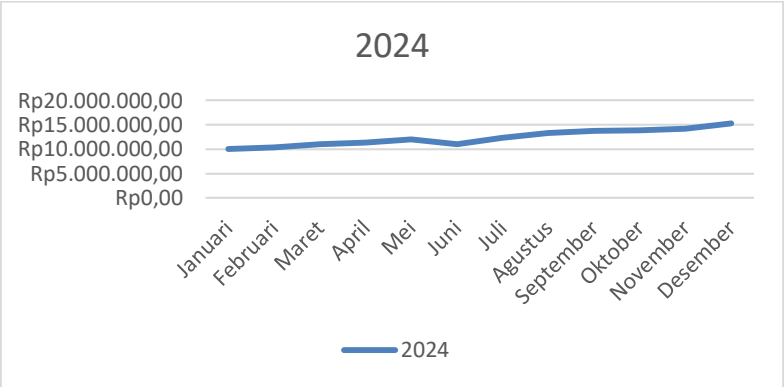
Beberapa faktor lainnya yang dapat berdampak pada pengambilan keputusan antar individu, yaitu usia, watak, penghasialan, dan cara hidup (Mustika et al., 2021). Keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen meningkat seiring dengan kualitas barang yang dijual. Hal ini merupakan ciri dari proses pembelian dan dilakukan secara konsisten oleh pengambil keputusan dengan memfokuskan pada satu atau beberapa merek alternatif di antara beberapa merek yang sebanding.

Kotler et al., (2016) mengungkapkan bahwa terlepas dari pengaruh keadaan dan pemasaran yang dapat menyebabkan perubahan perilaku, loyalitas digambarkan sebagai komitmen yang dipegang teguh untuk terus membeli atau berlangganan barang atau jasa tertentu di masa depan. Mashuri, (2020) mengatakan bahwa ketika menyangkut satu atau lebih pengambil keputusan, perilaku pembelian pengambil keputusan dapat secara konsisten menunjukkan loyalitas.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa jika konsumen merasa puas dengan apa yang diharapkan, mereka dapat menjadi loyal terhadap sesuatu yang mereka peroleh. Selain itu, konsumen dengan tingkat komitmen loyalitas yang tinggi tidak akan terpengaruh oleh pemasaran produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan lain dan akan terus memilih produk dan layanan yang telah mereka pilih sebelumnya. Loyalitas konsumen dapat dipahami sebagai kesetiaan konsumen terhadap suatu produk, baik itu barang atau jasa tertentu. Tingkat kepuasan mempengaruhi sikap konsumen saat melakukan pembelian.

Novia, (2023) mengungkapkan bahwa UMKM adalah usaha komersial yang didirikan oleh anggota masyarakat, baik sebagai individu maupun badan usaha. Lalu Ika Farida, (2016) menyatakan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis wirausaha ekonomi di Indonesia. Sebagai salah satu sektor ekonomi yang paling tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi, UMKM dapat memberikan kesempatan kerja bagi banyak orang. Sehingga bisa mengurangi pengangguran di masyarakat. Hal ini di dukung oleh data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi Tahun 2023.

UMKM Aulia adalah usaha kecil menengah yang bergerak dibidang produksi makanan ringan. Salah satu produk andalannya adalah Keripik Tusuk Gigi Aulia. yang diproduksi dengan bahan baku tepung, garam, dan bahan lainnya. Yang dibuat menggunakan mesin sehingga ketahanan produk bertahan lama hingga 2 bulan. UMKM AULIA didirikan oleh ibu Warni pada tahun 2007. Singkatnya, produk keripik tusuk gigi Aulia dirilis pada tahun 2014 akhir. Berikut data penjualan Keripik Tusuk Gigi Aulia Pada tahun 2024.



Gambar 1. 2 Data Penjualan Keripik Tusuk Gigi Aulia 2024

Sumber: Pemilik UMKM Aulia

Dari **Gambar 1.2** tersebut, dapat dilihat bahwa penjualan Keripik Tusuk Gigi Aulia mengalami kenaikan dan penurunan yang signifikan. Dari pernyataan pemilik UMKM Aulia, biasanya penurunan pada bulan Juni dan Juli itu terjadi dikarenakan pada saat itu konsumen banyak mengalihkan uangnya untuk fokus membayar uang sekolah anaknya. Dan pada sesudah lebaran juga banyak konsumen yang pulang kampung. Sehingga terjadi penurunan yang signifikan. Demikian juga dengan awal tahun yang mengalami penurunan. Maka dari itu, terjadi penurunan dan kenaikan pada penjualannya.

Konsumen memutuskan untuk membeli Keripik Tusuk Gigi Aulia sebagai cemilan rumahan untuk keluarga, karena Keripik Tusuk Gigi Aulia memiliki tekstur yang renyah, gurih dan tidak keras. Sehingga bisa dimakan oleh berbagai kalangan umur. Konsumen yang loyal terhadap Keripik Tusuk Gigi Aulia dikarenakan mereka telah mengetahui kualitas yang di berikan oleh Keripik Tusuk Gigi Aulia. Para konsumen tersebut melakukan pembelian berulang pada toko-toko yang telah dititipkan Keripik Tusuk Gigi Aulia. Keripik Tusuk Gigi Aulia dititip pada warung-warung kelontong, swalayan, minimarket, supermarket, dan ritel modern lainnya. Keripik Tusuk Gigi Aulia juga telah diedarkan di kota lainnya di Sumatra seperti Bengkulu, Lampung, Palembang, dan Pekanbaru.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari konsumen dan pemilik usaha diketahui bahwa fenomena yang terjadi pada kualitas produk Keripik Tusuk Gigi Aulia. Seperti kualitas produk yang menurun apabila dibiarkan lama ditoko yang terpapar matahari secara langsung. Ini membuat produk berubah warna menjadi pucat dan berujung pada kurang menarik konsumen untuk melakukan pembelian

keripik tusuk gigi Aulia. Dan berakibat pada menurunnya keputusan pembelian konsumen dan penjualanan dari UMKM AULIA. Serta dalam pengiriman ke daerah lain produk terhempas atau terhimpit barang lain yang mengakibatkan produk hancur dan kemasan tidak layak jual yang berakibat produk dikembalikan.

Dari masalah tersebut maka penulis memutuskan untuk menggunakan topik **"Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Keripik Tusuk Gigi Aulia"** (Studi Kasus Pada Pembeli Keripik Tusuk Gigi Aulia di Kota Jambi) dalam menyusun Proposal Tugas Akhir ini.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka permasalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Keripik Tusuk Gigi Aulia?
2. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Keripik Tusuk Gigi Aulia?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Keripik Tusuk Gigi Aulia?
4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Keripik Tusuk Gigi Aulia?
5. Apakah Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada Keripik Tusuk Gigi Aulia?

6. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Keripik Tusuk Gigi Aulia melalui Keputusan Pembelian sebagai variable intervening?
7. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Keripik Tusuk Gigi Aulia melalui Keputusan Pembelian sebagai variable intervening?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar mempermudah pemecahan masalah yang dihadapi penulis, maka perlu dibuat pembatasan masalah. Batasan masalah yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

a. Penelitian ini mengambil populasi dari Mahasiswa Universitas Dinamika Bangsa Jambi Angkatan 2021 yang menjadi pembeli, konsumen, pelanggan, dan yang menjadi penikmat Keripik Tusuk Gigi Aulia. Dikarenakan keterbatasan waktu mengingat Keripik Tusuk Gigi Aulia juga dijual pada kantin-kantin UNAMA dan juga Peneliti merupakan Mahasiswa UNAMA Angaktan 2021.
b. Penelitian ini dilakukan pada Keripik Tusuk Gigi Aulia Kota Jambi, dengan subjek Mahasiswa Universitas Dinamika Bangsa Jambi Angkatan 2021.
c. Data penelitian akan dikumpulkan melalui survei atau kuesioner yang disebarkan kepada Mahasiswa Universitas Dinamika Bangsa Jambi Angkatan 2021 yang telah melakukan pembelian, konsumen, pelanggan, dan yang pernah menikmati Keripik Tusuk Gigi Aulia sebanyak 242 reponden.
d. Analisis terbatas pada pengaruh dari harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta dampaknya pada loyalitas konsumen.

e. Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dengan adanya harga dan kualitas poduk terhadap keputusan pembelian memengaruhi loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian Keripik Tusuk Gigi Aulia. Berdasarkan dari permasalahan yang diajukan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah Harga pada produk Keripik Tusuk Gigi Aulia mempengaruhi Keputusan Pembelian.
2. Untuk menganalisis apakah Harga Keripik Tusuk Gigi Aulia mempengaruhi Loyalitas Konsumen.
3. Untuk menganalisis apakah Kualitas Produk pada Keripik Tusuk Gigi Aulia berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian oleh konsumen.
4. Untuk menganalisis apakah Kualitas Produk Keripik Tusuk Gigi Aulia mempengaruhi Loyalitas Konsumen.
5. Untuk menganalisis apakah Keputusan pembelian Keripik Tusuk Gigi Aulia mempengaruhi Loyalitas Konsumen.
6. Untuk menganalisis apakah Harga mempengaruhi Loyalitas Konsumen Keripik Tusuk Gigi Aulia melalui Keputusan Pembelian sebagai variabel intervening.
7. Untuk menganalisis apakah Kualitas Produk mempengaruhi Loyalitas Konsumen Keripik Tusuk Gigi Aulia melalui Keputusan Pembelian sebagai variabel intervening.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang akan diharapkan dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat untuk Produsen

1. Mengetahui keinginan dan permintaan konsumen mereka adalah faktor kunci bagi produsen.

2. Menawarkan keuntungan yang akan mendorong produsen untuk menggunakan strategi harga dan kualitas secara lebih bijaksana di masa depan.

b. Manfaat untuk Peneliti:

1. Menambahkan pengetahuan dan keahlian dari dunia bisnis.

2. Menjadi terbiasa dengan membuat rencana untuk penjualan produk

3. Untuk mempraktekkan berbagai teori yang telah dipelajari di bangku kuliah.

4. Sebagai panduan untuk menyelesaikan masalah dalam urusan bisnis di masa depan.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada penelitian ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan penelitian ini. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini penulis membahas beberapa definisi dari teori-teori tinjauan pustaka terdiri dari landasan teori yang berisi tentang pembahasan pengertian harga, pemasaran, kualitas, dan hubungannya terhadap keputusan pembelian konsumen serta penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis. Bab metode penelitian meliputi: populasi dan sampel, lokasi dan waktu penelitian serta alur penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai deskripsi dari data yang dihasilkan dari penelitian, variabel bebas dan terikat, analisa temuan penelitian, uji hipotesis, serta pembahasan**.**

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.