

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Semakin berjalannya waktu persaingan antara perusahaan kecil sampai perusahaan besar terus meningkat. Banyak perusahaan kecil yang sekarang ini memproduksi makanan khas dari daerah nya sendiri, yang dapat di jadikan buah tangan atau oleh-oleh khas dari daerah tersebut. Banyak pengusaha kuliner baik dari pengusaha catering, restoran, maupun roti sangat bersaing ketat. Peluang bisnis makanan atau kuliner sekarang ini sangat menjanjikan dimana kebutuhan pangan merupakan kebutuhan dasar manusia. Menurut Philip Kotler (2009) banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi, dan ide.

Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang memungkinkan produk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak di nyatakan Kotler dan Keller (2007). Kualitas produk diartikan pula sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan

memenuhi harapan pelanggan atau konsumen menurut Wijaya (2011). Oleh sebab itu, perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen

Konsumen adalah sebagai pengguna produk dan jasa dimana sangat memerlukan informasi dalam menentukan keputusan dalam pembelian suatu produk. Konsumen dapat memilih saluran yang mereka sukai berdasarkan sejumlah faktor harga, pilihan produk, dan kenyamanan pilihan saluran, dan juga tujuan belanja mereka ( ekonomi, social, atau eksperimental ). Seperti layaknya produk, adanya segmentasi, dan pemasaran yang menerapkan berbagai jenis saluran, harus disadari juga bahwa konsumen yang berbeda memiliki kebutuhan berbeda selama proses pembelian diutarakan oleh Philip Kotler (2009).

Loyalitas dapat diartikan kesetiaan. Loyalitas konsumen sangat berperan penting dalam kehidupan suatu perusahaan untuk meningkatkan keuntungan bagi suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan menurut Dick dan Basu (dalam Fandi, 2000) didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Definisi ini mencakup dua hal penting, yaitu loyalitas sebagai perilaku dan loyalitas sebagai sikap Husein Umar (2003).

Menurut Gunawan Adisaputro (2010) kepuasan adalah perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau outcome) yang

dihubungkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Handi Irawan (2003) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa.

Perusahaan juga harus memperhatikan pelayanan yang baik dan sopan kepada konsumen. Pelayanan sangat berarti dalam memberikan kepuasan pada pelanggan sehingga menjadi suatu hal yang sangat penting dalam usaha guna memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Perusahaan harus siap memperkenalkan produk baru atau produk sama namun dengan motif baru yang di sesuaikan dengan keinginan konsumen agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli makanan yang ditawarkan. Perusahaan juga bukan hanya berkonsentrasi dalam pembuatan produk baru, namun perusahaan juga berpikir agar inovasi produk dalam perusahaan tersebut dapat diterima dan dapat menarik minat konsumen.

Peran dari kualitas produk yang di hasilkan dan pelayanan dari perusahaan terhadap konsumen juga dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin lebih maju harus dapat memberikan kualitas produk yang dapat memberikan rasa puas terhadap konsumennya. Perusahaan harus bisa mempertahankan pelanggan yang tetap setia terhadap produknya. Konsumen merupakan bagian yang sangat penting bagi perusahaan agar perusahaan berjalan dengan baik dan maju. Selain itu banyak perusahaan yang bersaing agar dapat menciptakan produk yang baik dan dapat memberikan rasa puas terhadap konsumennya.

Salah satu usaha kecil yang memproduksi makanan khas dari daerahnya sendiri yaitu roti ganesa. Pakrik ini mengolah roti kering yang berbentuk seperti semprong yang kemudian banyak orang lebih mengenal roti tersebut sebagai roti semprong. Roti ganesa sudah sangat terkenal di daerah Jawa Tengah yang sekarang sudah di pasarkan ke Kudus, Semarang dan daerah lainnya sekitar Jawa Tengah. Semakin maju dan berkembang perusahaan ini maka muncullah berbagai macam inovasi-inovasi produk makanan yang di produksi lainnya seperti kue widaran, kue keciput, kue kuping tikus ganeca (Ku Ti Ga), dll..

Usaha Roti Ganeca cukup menarik di analisis karena cukup banyak peminatnya dan Roti Ganeca merupakan satu-satunya pabrik yang pada saat ini masih memproduksi makanan khas di daerah Wirosari dan Purwodadi Kabupaten Grobogan. Kualitas produk dan pelayanan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan agar tetap maju dan berkembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk dan pelayanan terhadap Roti Ganeca Purwodadi. Selanjutnya, untuk mengakomodasi itu semua di lakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI GANECA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI WIROSARI”**.

**B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk Roti Ganeca berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Wirosari?
2. Apakah pelayanan pembelian Roti Ganeca berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Wirosari?
3. Apakah kepuasan konsumen Roti Ganeca berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Wirosari?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk yang dihasilkan dalam pembelian Roti Ganeca terhadap loyalitas konsumen di Wirosari.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dalam pembelian Roti Ganeca terhadap loyalitas konsumen di Wirosari.
3. Untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen dalam pembelian Roti Ganeca terhadap loyalitas konsumen di Wirosari.

**D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber informasi dan tambahan, yang di harapkan dapat menjadi pengetahuan dan masukan positif terhadap pelayanan pembelian Roti Ganeca Wirosari.

## 2. Manfaat Praktik

### a. Manfaat bagi penulis

Hasil dari penelitian tersebut agar dapat memperdalam ilmu pengetahuan manajemen pesaran tentang kualitas dan pelayanan produk terharap minat konsumen.

### b. Manfaat bagi pembaca

Hasil dari penilitian ini diharapkan dapat mendokumentasikan kualitas produk dan pelayanan dari Roti Ganesa Wirosari.

## E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistem penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I           PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Penelitian
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Sistematika Penulisan Skripsi

### **BAB II          TINJAUAN PUSTAKA**

- A. Tinjauan Teori
- B. Kerangka Pemikiran
- C. Penelitian Terdahulu
- D. Hipotesis

### **BAB III        METODE PENELITIAN**

- A. Jenis Penelitian

B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

C. Data dan Sumber Data

D. Metode Pengumpulan Data

E. Desain Pengambilan Sampel

F. Metode Analisis Data

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Sejarah Singkat

B. Karakteristik Responden

C. Analisis Data

D. Pembahasan

#### **BAB V PENUTUP**

A. Simpulan

B. Keterbatasan Penelitian

C. Saran

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**