

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis mengalami perubahan dan semakin sulit diprediksi. Adanya perubahan yang terjadi disebabkan oleh pola pikir masyarakat yang berkembang, gaya hidup, dan teknologi yang dipengaruhi oleh globalisasi. Konsumen menginginkan produk yang dibeli sesuai dengan harga dan kebutuhan yang diinginkan. Hal ini dikarenakan konsumen semakin selektif dalam pemilihan produk untuk digunakan atau dikonsumsi (Prayuana dan Andjarwati, 2013). Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dalam mengkonsumsi makanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan harus mempunyai inovasi yang menarik karena adanya persaingan yang semakin ketat.

Alternatif yang beragam membuat para konsumen rentan dalam perubahan. Para perusahaan harus mampu mengikuti keinginan konsumen. Sebelumnya pemasar hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih pada menarik konsumen dan menjaga hubungan dengan konsumen (Kotler, 2006). Perusahaan harus memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2011).

Semakin berkembangnya masyarakat modern dan jaman yang semakin moderen menyebabkan munculnya berbagai macam jenis makanan yang beraneka macam menyebabkan konsumen semakin ridu akan citra rasa makanan tradisional di setiap daerah yang ada, hal ini menyebabkan masyarakat melakukan pencarian makanan tradisional untuk dijadikan oleh-oleh atau dijadikan salah satu produk yang nantinya akan di jual dan dikonsumsi sendiri, dengan hal ini menjadikan para perusahaan atau wirausahawan memanfaatkan peluang tersebut.

Makanan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia, untuk menarik minat konsumen suatu perusahaan menciptakan makanan yang menarik untuk masyarakat salah satunya yaitu jenis makanan tradisional yaitu brem, brem merupakan salah satu makanan tradisional yang ada di Wonogiri, makanan tersebut merupakan makanan yang berasal dari sari ketan yang dimasak dan dikeringkan, merupakan hasil dari fermentasi ketan hitam yang diambil sarinya saja yang kemudian di endapkan dalam waktu sekitar sehari semalam.

Brem Wonogiri merupakan makanan tradisional yang sangat diminati para konsumen, oleh karena itu banyak produsen yang menggunakan brem Wonogiri untuk dijadikan produk andalan oleh-oleh makanan tradisional di setiap toko atau kios mereka. Meskipun brem khas Wonogiri menjadi favorit masyarakat, produsen tetap mengutamakan produk yang berkualitas bagi para konsumennya. Dalam industri makanan yang sangat kompetitif, menarik konsumen dengan pelayanan yang berdedikasi dan makanan yang berkualitas tinggi penting untuk keberhasilan bisnis (Gilbert *et al.*, 2004).

Untuk dapat bersaing dan berkembang maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas. Suatu perusahaan juga perlu melakukan pendekatan kepada konsumen untuk dapat mengetahui keinginan konsumen. Maka dengan begitu konsumen akan mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi konsumen tetap.

Dalam hal ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya, kualitas produk yang mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk Kotler dan Amstrong (2006).

Menurut Lewis (1997) harga merupakan jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima penjual. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya Swastha (2002). Harga juga merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan untuk mendapatkan laba. Setiap pelaku usaha berusaha menetapkan harga yang terjangkau agar dapat lebih unggul dari pesaingnya (Yanuar *et al.*, 2017).

Menurut Kotler (2009) kualitas pelayanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Menurut Tjiptono (2004) kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan

keinginan konsumen serta ketepatan dalam menyampaikannya akan menyebabkan terjadinya kesesuaian antara harapan dan penerimaan konsumen ketika memasarkan sebuah merek.

Menurut Tjiptono (2005) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Tjiptono (2014) loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kepuasan konsumen.

Dengan hal ini membuat Pabrik Brem Mekar Sari Wonogiri mempunyai keinginan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin tinggi agar mendapatkan pasar yang optimal. Pabrik Brem Mekar Sari Wonogiri yaitu pusat tempat pembuatan brem yang berada disalah satu daerah Wonogiri, yaitu di Mbetal di mana daerah tersebut merupakan daerah pembuatan brem yang paling terkenal di Wonogiri.

Dalam persaingan bisnis makanan, pabrik brem mkar sari tidak bisa hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi pabrik tersebut juga harus mengutamakan harga dan kualitas pelayanan. Dengan konsep kualitas produk

dan kualitas pelayanan yang baik, serta kestabilan harga diharapkan Pabrik Brem Mekar Sari Wonogiri dapat menarik minat konsumen yang lebih banyak lagi.

Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan Pabrik Brem Mekar Sari Wongiri terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KOMSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PABRIK BREM MEKAR SARI WONOGIRI”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk brem terhadap kepuasan konsumen brem mekar sari Wonogiri?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen brem mekarsari Wonogiri?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen brem mekar sari Wonogiri?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk brem terhadap loyalitas konsumen brem mekar sari Wonogiri?
5. Bgaimana pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen brem mekar sari Wonogiri?

6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen brem mekar sari Wonogiri?
7. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pabrik brem mekar sari Wonogiri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini digunakan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk brem terhadap kepuasan konsumen brem mekar sari Wonogiri.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen brem mekar sari Wonogiri.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen brem mekar sari Wonogiri.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk brem terhadap loyalitas konsumen brem mekar sari Wonogiri.
5. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen brem mekar sari Wonogiri.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen brem mekar sari Wonogiri.
7. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pabrik brem mekar sari Wonogiri.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadikan penambahan wawasan dan teori yang selama ini diterima di perkuliahan dalam bidang pemasaran terkait pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat praktis

a. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat menjadi bahan pustaka atau referensi dan informasi untuk masalah yang sama di masa yang akan datang.

b. Bagi pabrik brem

Diharapkan para pengusaha brem dapat mengetahui prospek usahanya ke depan dan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pertimbangan bagi perusahaan brem agar dapat menghasilkan produk brem yang lebih berkualitas sehingga bisa tetap menjaga keberlangsungan industri brem di Kabupaten Wonogiri.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini terbagi dalam lima bab yang akan disusun dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang terdiri dari pembahasan mengenai kepuasan konsumen, pembahasan mengenai bukti fisik, pembahasan kehandalan, pembahasan mengenai daya tanggap, pembahasan mengenai jaminan, pembahasan mengenai empati, penelitian terdahulu, model penelitian serta hipotesis dan pengaruh antar variabel.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian seperti jenis dan desain penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil analisis data beserta pembahasan hasil temuan yang diperoleh

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan pokok analisa yang mencoba untuk menarik kesimpulan dan isi penelitian secara singkat serta memberikan

saran-saran yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, serta keterbatasan yang terdapat dalam penelitian.