

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis saat ini sedang mengalami transformasi yang pesat, yang sebagian besar dipicu oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Peran sentral teknologi dalam proses ini tidak hanya menciptakan peluang baru, namun juga menghadirkan tantangan yang signifikan bagi para pelaku bisnis. Era globalisasi yang kita saksikan saat ini menandai tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga memaksa perusahaan untuk lebih cepat beradaptasi dan mengantisipasi perubahan. Menanggapi dinamika pasar yang terus berkembang, keberhasilan suatu bisnis tidak hanya terletak pada kemampuannya menghasilkan produk atau layanan berkualitas tinggi, namun juga pada kemampuannya untuk sepenuhnya memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan. Memahami pasar secara mendalam bukan sekedar strategi, namun merupakan kebutuhan dalam membangun landasan pertumbuhan berkelanjutan.

Menurut Dewantara (2018), penting bagi perusahaan untuk fokus menghasilkan produk yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga relevan dengan perubahan permintaan pasar. Dalam konteks ini, penerapan strategi pemasaran yang fokus pada kebutuhan pelanggan menjadi kunci keberhasilan. Proses ini mencakup pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen, tren pasar, dan dinamika industri secara keseluruhan. Lebih dari sekedar bertahan hidup, bisnis yang ingin berkembang perlu mengadopsi pendekatan holistik yang mencakup inovasi produk, efisiensi operasional, dan tanggap terhadap perubahan pasar. Dengan cara ini, perusahaan dapat membangun landasan yang kuat untuk menghadapi tantangan globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin kompleks. Kesadaran akan perlunya beradaptasi dan memanfaatkan teknologi secara bijak adalah kunci dalam merespons perubahan berkelanjutan dalam lanskap bisnis kontemporer.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri makanan dan minuman Indonesia telah berkembang pesat. Untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa

pasarnya, Andika Kue-Kue perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap merek mereka. Ini karena Andika Kue-Kue adalah salah satu pemain utama di industri kue-kue. (Rahayu & Syafe'i, 2022). Studi tentang kualitas produk, harga, dan faktor ekonomi adalah bagian dari pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen. Dalam konteks Andika Kue-Kue, penting untuk menilai sejauh mana faktor-faktor ini berperan dalam membentuk loyalitas konsumen terhadap produk-produk mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana skala ekonomi, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terhadap Andika Kue-Kue (Cholipah, 2018).

Menurut Kotler dan Amstrong, produk yang menawarkan kualitas terbaik, kinerja terbaik, dan sifat terbaik akan lebih disukai oleh konsumen, dan perusahaan harus terus memperbaiki produknya. Perusahaan yang dapat memuaskan konsumen dan memiliki pelanggan setia cenderung bertahan dalam kondisi ekonomi saat ini (Meda & Handayani, 2023). Selain kualitas produk, harga juga mempengaruhi loyalitas pelanggan dan digunakan oleh bisnis untuk meyakinkan pelanggan untuk menggunakan produknya. Harga biasanya digunakan sebagai pengukur nilai yang dipersepsikan oleh konsumen dari sudut pandang mereka, yaitu hubungan antara manfaat yang mereka terima dari barang atau jasa dan uang yang mereka keluarkan. Ketika harga produk sesuai dengan harapan dan manfaatnya, konsumen lebih puas dan lebih sering membeli produk tersebut. Keterjangkauan harga juga penting untuk penetapan harga karena harus sesuai dengan kemampuan beli pelanggan. Akibatnya, harga memainkan peran penting dalam mempengaruhi pelanggan dan persaingan di pasar. (Monica et al., 2021). Industri makanan dan minuman dianggap sebagai bisnis yang sangat kompetitif dan menjanjikan karena kebutuhan dasar manusia yang tak terhindarkan adalah makanan. Ini adalah sektor yang terus tumbuh setiap tahunnya dan menjadi fokus untuk pertumbuhan bisnis. (Cholipah, N. 2018). Skala Ekonomi Merujuk pada efisiensi yang dapat dicapai perusahaan dalam memproduksi kue-kue dan roti mereka. Kualitas produk merupakan faktor penting untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru. Sementara itu, harga selalu menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian konsumen. Kombinasi dari faktor ketiga ini dapat memiliki dampak

yang signifikan terhadap apakah konsumen akan tetap setia pada merek Andika Kue-Kue atau beralih ke pesaing (Dewantara, 2018).

Dengan memahami bagaimana Skala ekonomi, kualitas produk, dan harga mempengaruhi loyalitas konsumen, Andika Kue-Kue dapat mengembangkan lebih banyak strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Selain itu, temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi penelitian sebelumnya tentang manajemen perilaku konsumen dan strategi pemasaran. (Rahayu & Syafe'i, 2022).

Penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan mendalam tentang komponen yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam industri kue-kue dan roti, dan hasilnya dapat digunakan sebagai panduan bagi Andika Kue-Kue dan perusahaan sejenis dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka, serta diharapkan penelitian ini dapat membantu perusahaan, dalam hal ini Andika Kue-Kue, untuk memahami bagaimana faktor-faktor seperti skala ekonomi, kualitas, dan harga mempengaruhi loyalitas konsumen. Dengan demikian, perusahaan dapat mengambil tindakan yang lebih baik untuk meningkatkan keinginan bisnis mereka. dan peneliti berharap bahwa dalam penelitian ini dapat Mengurangi Risiko Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, perusahaan dapat mengurangi risiko kehilangan pelanggan yang mungkin beralih ke pesaing. Hal ini dapat membantu melindungi pendapatan dan pangsa pasar perusahaan.

Fenomena gap dari penelitian ini adalah banyak konsumen dari produk ini yang masih terpengaruh dari isu-isu kualitas dari sebuah produk kue kering ini, seperti yang di kutip dari Meda & Handayani (2023) mengatakan bahwa kualitas sebuah produk makanan akan memiliki pengaruh secara parsial ke arah negative tergantung dari bagaimana sebuah usaha mampu untuk menjaga kualitas produk tersebut. Selain itu juga terdapat research gap berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Monica et al. (2021) yang membuktikan bahwa kualitas produk juga bisa tidak memberikan perubahan secara besar terhadap loyalitas konsumen, selain itu harga juga dapat memberikan dampak positif terhadap sebuah produk pada loyalitas konsumen seperti yang di kutip dari Rohmawati (2018), selain itu tidak semua harga bisa berdampak positif ada juga yang menyebabkan dampak negative kepada loyalitas konsumen (Rizki &

Prabowo , 2022), ada juga 2 buah variable yang di gabungkan akan menghasilkan dampak yang lebih besar baik positif ataupun negative, seperti yang di kutip dari Reza (2021) menyatakan bahwa Kualitas produk dan harga memiliki pengaruh sebesar 52,5% terhadap loyalitas pelanggan, menurut analisis rata-rata tanggapan responden dengan tingkat nilai yang baik, tetapi di kutip dari Pramesti, M. A. (2021) mengatakan bahwa harga dan kualitas juga bisa memberikan dampak negative terhadap loyalitas konsumen, hal ini terjadi karena usaha tersebut di nilai gagal Dalam menjaga kualitas dan memberikan harga yang tidak setara dengan kualitas dari produk tersebut.

Dengan mempertimbangkan uraian di atas, tujuan peneliti adalah untuk mengetahui pendapat orang tentang pengaruh kualitas, skala ekonomi, dan harga produk terhadap loyalitas pelanggan Andika kue-kue. Penelitian ini akan memilih judul penelitian ini sebagai berikut: **“Pengaruh Skala Ekonomi, kuantitas dan harga produk Andika Kue-Kue terhadap Loyalitas Konsumen”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini, berdasarkan latar belakang masalah, adalah “bagaimana meningkatkan keputusan pembelian dengan Skala Ekonomi, Kuantitas dan Harga Produk terhadap Loyalitas Konsumen terhadap produk Andika Kue-kue.

Kemudian pertanyaan penelitian (question research) yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Apakah Skala Ekonomi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada produk Andika kue-kue?
2. Apakah Kualitas berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada produk Andika kue-kue?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk Andika kue-kue?
4. Apakah Skala Ekonomi berpengaruh terhadap harga pada produk Andika kue-kue?
5. Apakah kualitas berpengaruh terhadap harga pada produk Andika kue-

kue?

6. Apakah Skala Ekonomi berpengaruh terhadap loyalitas kosumen yang di mediasi oleh harga pada produk Andika Kue-kue?
7. Apakah Kualitas berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang di mediasi oleh harga pada produk Andika kue-kue?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Skala Ekonomi terhadap loyalitas konsumen pada produk Andika kue-kue.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas terhadap loyalitas konsumen pada produk Andika kue-kue.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada produk Andika kue-kue.
4. Untuk menganalisis pengaruh Skala Ekonomi terhadap harga pada produk Andika kue-kue.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas terhadap harga pada produk Andika kue-kue.
6. Untuk menganalisis pengaruh Skala Ekonomi terhadap loyalitas konsumen yang di mediasi oleh harga pada produk Andika kue-kue.
7. Untuk menganalisis pengaruh kualitas terhadap loyalitas konsumen yang di mediasi oleh harga pada produk Andika kue-kue.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan demikian, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Dengan Diperkirakan penelitian ini akan membantu perusahaan mengetahui bagaimana skala, kualitas, dan harga produk Andika kue-kue berdampak pada loyalitas pelanggan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan referensi bagi mereka yang tertarik pada manajemen pemasaran. Spesifik tentang hubungan antara Skala Ekonomi, kualitas, dan harga produk terhadap

loyalitas pelanggan

