

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dunia usaha saat ini sangat berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan adanya ide kreatif dan inovatif. Seiring dengan munculnya ide-ide tersebut konsep pemasaran pun turut berkembang. Pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk mencari keuntungan, tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2005). Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan dengan persaingan usaha yang semakin tinggi, serta tingkat keuntungan dan kerugian perusahaan. Khususnya untuk alasan yang terakhir, keuntungan memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk dan perusahaannya.

Untuk dapat bertahan dan berkembang, pelaku bisnis dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk dan dapat mempertahankan citra merek usaha dalam upaya memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan dalam bisnis ini. Apabila tuntutan ini tidak terpenuhi, maka bisnis ini tidak akan dapat bertahan hidup. Selain keunggulan bersaing, strategi pemasaran yang efektif harus menjadi perhatian, yang meliputi upaya mendatangkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dimana mempertahankan pelanggan yang sudah ada menjadi prioritas, karena lebih mudah mempertahankan pelanggan yang sudah ada daripada mendatangkan

pelanggan baru. Oleh sebab itu suatu perusahaan harus dapat mempertahankan kualitas produknya supaya citra merek yang sudah melekat pada pelanggan akan tetap terjaga dan dapat dipertahankan.

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada pelanggan yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk pesaing. Kualitas produk juga merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera pelanggan. Menurut Kotler & Amstrong, (2001:354) kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Maka hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan lain.

Selain kualitas produk, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah citra merek. Pengertian *brand image* menurut Arafat (2006:53) adalah “*Brand Image* didefinisikan sebagai persepsi terhadap merek yang direfleksi oleh asosiasi merek dalam memori konsumen yang mengandung makna bagi konsumen”. Pengertian *brand image* menurut Tjiptono (2005:49) adalah : “*brand image* atau *brand description* yaitu deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu”. Dari kedua definisi di atas dapat

ditarik kesimpulan bahwa *brand image* merupakan sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak pelanggan. Pelanggan yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap *brand image*. *Brand image* itu sendiri memiliki arti kepada suatu pencitraan sebuah produk dibenak pelanggan secara massal. Dikenalnya merek oleh masyarakat membuat pihak perusahaan meningkatkan inovasi produk untuk menghadapi persaingan. Sedangkan bagi produsen merek tentunya bermanfaat untuk melakukan segmentasi pasar, menarik pelanggan untuk membeli produk dari merek tersebut serta memberikan perlindungan terhadap produk yang dihasilkan.

Perusahaan harus dapat menciptakan merek yang menarik, mudah diingat serta menggambarkan manfaat dari produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Karena persepsi pelanggan terhadap citra merek yang baik dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Itulah sebabnya membangun citra merek yang baik menjadi tugas penting bagi perusahaan. Setiap orang akan memiliki pencitraan yang sama terhadap sebuah merek. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat menjaga kualitas produk dan mempertahankan citra merek yang sudah melekat dibenak pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk ( atau hasil ) terhadap ekspektasi mereka. (Kotler & Keller, 2008:139). Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka pihak manajemen harus mengetahui faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, baik itu dari : performa karakteristik, ciri-ciri, dan keistimewaan, keandalan,

spesifikasi, daya tahan, estetika, dan kualitas (Kotler, 2000). Pada umumnya dalam memperoleh kepuasan, pelanggan bereaksi terhadap atribut produk yang digunakan untuk mengetahui kesetiaan pelanggan suatu produk diantaranya yaitu : rasa, kemasan, dan harga. Dengan adanya atribut produk tersebut maka akan mendorong pelanggan untuk membeli produk tersebut dan dipercaya terhadap merek tersebut.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan. Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan, karena dengan adanya pelanggan yang loyal maka secara langsung ataupun tidak, perusahaan akan mendapatkan banyak keuntungan. Menurut Oliver dalam Kotler dan Keller (2007 :175) mendefinisikan kesetiaan sebagai “komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku”.

Bisnis kuliner di Indonesia saat ini sudah menjamur. Di samping itu, Indonesia memiliki aneka masakan tradisional yang tentunya perlu dikembangkan dan dilestarikan. Seperti yang kita ketahui banyak kota-kota besar di Indonesia yang menjadikan makanan sebagai ciri khas dari kota tersebut. Seperti kota Bandung yang terkenal dengan *peuyuem*, Semarang yang terkenal dengan *Lumpia* dan *bandeng presto*, Yogyakarta yang terkenal dengan *gudeg*, Palembang terkenal dengan *pempek*, Padang dengan *rendang*, Lampung dengan *lempok durian*, Gresik terkenal dengan *otak-otak bandeng* dan lain sebagainya.

Ikan bandeng merupakan ikan payau yang memiliki rasa gurih yang tinggi. Rasa khas ini terasa lebih dominan meski bercampur dengan berbagai rasa bumbu yang menyertainya. Citra rasa inilah yang menjadi ciri khas makanan legendaris Otak-Otak Bandeng Khas Gresik. Otak-otak bandeng adalah salah satu makanan asli khas Gresik Jawa Timur, yang berbahan utama dari ikan bandeng yang sudah di campur dengan bumbu-bumbu rahasia, yang pastinya memiliki cita rasa yang khas.

Potensi Gresik sebagai kota industri, kota Gresik Jawa Timur juga dikenal sebagai salah satu kota penghasil ikan bandeng terbesar di Jawa Timur. Tak heran, jika Gresik juga dikenal dengan berbagai jenis masakan dengan bahan dasar ikan bandeng. Seperti Bandeng Asap, Bandeng Bakar Tanpa Duri, Bandeng Presto dan Otak-Otak Bandeng. Akan tetapi banyak konsumen yang lebih menyukai masakan Otak-otak Bandeng. Salah satu Otak-Otak Bandeng paling terkenal di Gresik adalah Otak-Otak Bandeng Ibu Muzanah, warga kelurahan Kroman Kecamatan Kota Gresik, tepatnya di Jalan Sindujoyo 68 Gresik, yang saat ini telah dilanjutkan oleh puteranya, Rasyid.

Otak-Otak Bandeng Gresik merupakan hidangan tradisional berasa pedas dan manis ini, banyak disukai warga, karena seluruh duri ikan telah dibersihkan, sehingga tidak perlu khawatir tertusuk duri, saat mengkonsumsinya. Otak-otak bandeng Bu Muzanah yang rasanya lezat dan memiliki bentuk yang unik ini bertahan hingga 2-3 hari, apabila dimasukkan ke dalam lemari es bertahan hingga 6-7 hari. Dalam pembuatan otak-otak bandeng Bu Muzanah ini, dipilih bandeng

yang bagus dan segar. Orderan Bu Muzanah hanya mengandalkan promosi gethok tular saja alias dari mulut ke mulut.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pada otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul : “ **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah di Gresik**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik?

6. Apakah kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik?
7. Apakah citra merek berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik.
2. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik.
3. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik.
4. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik.
5. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik.
6. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh kualitas produk secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik?

7. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh citra merek secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Bu Muzanah

Diharapkan dapat memberi masukan kepada perusahaan tentang pentingnya kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik.

2. Bagi Universitas Muhammadiyah Gresik

Dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Penulis

Dapat digunakan untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan untuk mempertajam pengetahuan serta wawasan.