

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perilaku konsumen di zaman sekarang cenderung berubah-ubah. Perkembangan zaman membawa perubahan pada *lifestyle*, pola hidup, dan kebutuhan. Konsumen rela untuk membelanjakan uang lebih dengan tujuan mendapatkan pelayanan yang baik, yang tentunya memberi nilai kepuasan kepada konsumen. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah *lifestyle*. *Lifestyle* akan mempengaruhi penilaian yang dilakukan oleh seseorang yang akan membeli suatu produk.

*Lifestyle* menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan sehari-hari (*activity*), minat (*interest*), dan pendapatnya (*opinion*) terhadap suatu hal yang sudah melekat pada diri seseorang. *Lifestyle* apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

Orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai *lifestyle* yang berbeda. *Lifestyle* seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin misalnya dalam kegiatan sehari-hari, minat, perilaku, dan pendapatnya terhadap sesuatu hal yang sudah melekat pada diri personal seseorang. Konsep *lifestyle* apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen

yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen. (Simamora, 2004;10).

Pergeseran pola konsumsi dan *lifestyle* masyarakat perkotaan terjadi peningkatan mobilitas fisik yang disebabkan oleh peningkatan aktivitas yang dilakukan di luar rumah. Kondisi ini membuat adanya peningkatan pada permintaan masyarakat terhadap olahan makanan baru.

Semua orang menyukai cokelat. Dari anak-anak sampai orang dewasa semua suka makan cokelat. Dari yang harganya ratusan rupiah sampai belasan ribu per potong, semua memiliki pasar (Tanuhadi, 2003).

Di Indonesia, cokelat pun diadopsi sebagai bagian dari *lifestyle*. Sulit mendapat angka statistik besarnya konsumsi cokelat, tetapi secara kasat mata, toko yang khusus menjual produk olahan cokelat bertambah, begitu juga dengan merek cokelat baru. Belum lagi aneka kue yang memakai pelapis atau isi cokelat yang ketika sampai di lidah terasa seperti meleleh karena lembutnya (Kompas, 2003).

Selera konsumen yang terus berkembang mengharuskan produsen cokelat harus berpikir keras untuk menampilkan cokelat yang lebih bervariasi. Kalau dulu kita hanya mengenal cokelat yang berisi kacang mede atau kacang tanah, maka kini variasi produk itu sangatlah banyak.

Ada yang berbentuk bulat, lonjong, segitiga, bahkan juga lambang atau atribut suatu negara. Isi cokelat pun semakin bervariasi. Bukan hanya kacang-kacangan, tetapi juga berbagai bahan lain yang dikombinasikan secara pas, sehingga menghasilkan sensasi tersendiri dalam mengunyah cokelat. Misalnya

dengan menggunakan paduan antara *cream*, *crispy*, pasta dan karamel. Untuk menghasilkan cita rasa coklat yang khas, kadang ditambahkan minuman keras tertentu. Misalnya saja coklat berisi *cream whisky*, *cream tiramisu*, *cream liquor*, *cream rhum* dan berbagai jenis minuman keras lainnya (www.pkesinteraktif.com, 2008).

Dalam perkembangannya, industri pengolahan coklat tidak hanya didominasi oleh perusahaan besar saja, namun usaha kecil dan menengah pun memberikan andil dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Dapur Cokelat adalah sebuah konsep nyata tentang sebuah industri pastry yang memproduksi coklat dan kue hasil karya anak bangsa.

Dalam dunia makanan, Dapur Cokelat terus untuk mengatur kecepatan dan inovasi dalam industri ini berkembang pesat dan terus-menerus inovatif. Pecinta kue telah belajar untuk mengenali dan mengharapkan kualitas yang luar biasa. Sebagai pencarian kue dan olahan dari coklat, Dapur Cokelat akan terus memenuhi penikmat kue yang paling cerdas.

Dapur Cokelat merupakan produsen produk coklat terkemuka. Outlet Dapur Cokelat terletak di Jl. Biliton No. 77-79 Surabaya, dan sampai saat ini Dapur Cokelat memiliki banyak cabang di Jakarta dan Surabaya.

Dapur Cokelat memiliki konsep *chocolate homemade* yang kuat. Dapur Cokelat tidak hanya memfokuskan diri pada produk coklat saja, tetapi juga cake, praline, snack, brownies, cookies dan sebagainya. Dapur Cokelat sudah sangat melekat di masyarakat, apalagi Dapur Cokelat sering mengadakan promosi untuk semakin mengenalkan masyarakat pada produknya.

Konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk (makanan) yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima.

Faktor kualitas produk menurut Windoyo (dikutip oleh Septhani, 2011) juga tidak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk.

Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain (Kotler dan Amstrong, 2008).

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Samuel, 2004;8) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Pada dasarnya keputusan membeli produk olahan cokelat oleh konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain mutu suatu produk, merek, selera, *lifestyle* maupun jangkauan promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

Sebuah proses pengambilan keputusan tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh tahap perilaku purnabeli, (terutama dalam pengambilan keputusan yang luas). Dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan memperlihatkan peluang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa mendatang (Tjiptono, 1997;21).

Setiap perusahaan berlomba-lomba memberikan fasilitas dan penawaran terbaik demi kepuasan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kinerja dan harapan pelanggan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan-harapan terhadap produk tersebut (Philip Kotler, 1997). Tingkat kepuasan pelanggan merupakan perbedaan daya guna yang dirasakan konsumen (*perceived performance* atau *perceived outcome*) dan harapan yang ada. Bagi perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer oriented*), kepuasan pelanggan menjadi sasaran kiat pemasaran. *Lifestyle* akan coklat dan kualitas yang baik dari Dapur Cokelat memungkinkan adanya keputusan pembelian dan akan menimbulkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, dimana pasar selalu dinamis dan semakin menuntut pihak pemasar untuk melakukan antisipasi pemasaran produknya, maka menarik untuk meneliti tentang “PENGARUH *LIFESTYLE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK DAPUR COKELAT DI SURABAYA”.

Adapun faktor-faktor yang diteliti adalah *lifestyle*, kualitas produk, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang sudah disajikan pada latar belakang dan untuk memudahkan di dalam proses pembahasan pada penelitian ini, maka rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti disajikan berikut ini:

- a. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dapur Cokelat di Surabaya?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dapur Cokelat di Surabaya?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk Dapur Cokelat di Surabaya?
- d. Apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk Dapur Cokelat di Surabaya?
- e. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk Dapur Cokelat di Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini diharapkan dapat:

- a. Untuk menganalisis, menguji, dan memberikan bukti secara empiris pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk Dapur Cokelat di Surabaya.

- b. Untuk menganalisis, menguji, dan memberikan bukti secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Dapur Cokelat di Surabaya.
- c. Untuk menganalisis, menguji, dan memberikan bukti secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk Dapur Cokelat di Surabaya.
- d. Untuk menganalisis, menguji, dan memberikan bukti secara empiris pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen produk Dapur Cokelat di Surabaya.
- e. Untuk menganalisis, menguji, dan memberikan bukti secara empiris variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk Dapur Cokelat di Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian sebagaimana dikemukakan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini merupakan sarana bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *lifestyle* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen produk Dapur Cokelat di Surabaya.

- b. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan perusahaan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *lifestyle* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen produk Dapur Cokelat di Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat

menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas produk agar konsumen merasa puas.

c. Bagi universitas

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi penelitian lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti.
- 2) Hasil dari penelitian ini diharap dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan yang ada di Universitas Muhammadiyah Gresik dan sebagai bahan pertimbangan baik untuk menambah wawasan pengetahuan maupun sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang akan datang.