

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia salah satu negara yang memiliki tingkat penduduk tinggi. Badan Pusat Statistik (BPS) memperhitungkan bahwa angka pertumbuhan penduduk Indonesia pada tahun 2020 mencapai 1,25% (Badan Pusat Statistik, 2022). Hal ini disebabkan karena suatu fenomena dimana terjadi suatu lonjakan angka kelahiran yang tinggi pada saat pandemi Covid-19. Dalam rangka memutus rantai Covid-19, terdapat kebijakan yang ditetapkan ialah dengan mensosialisasikan gerakan *Social Distancing*. Gerakan ini menjelaskan tentang konsep seseorang yang harus saling menjaga jarak, mengurangi kontak langsung dengan orang lain, menghindari kerumunan, cuci tangan, dan memakai masker (Suswandari dan Rahman, 2021). Kebijakan ini menyebabkan pasangan suami istri lebih banyak melakukan kegiatan di rumah dan program Keluarga Berencana (KB) tidak terlaksana dengan semestinya karena kemungkinan khawatir untuk datang ke fasilitas kesehatan yang minim Alat Pelindung Diri (APD) sehingga berdampak pada kehamilan tidak direncanakan. Fenomena ini disebut dengan *baby boom*, istilah tersebut biasanya digunakan untuk fenomena ledakan angka kelahiran bayi dalam kurun waktu yang dekat.

Masa pertumbuhan anak sejak lahir merupakan momen spesial. Pertumbuhan anak didukung dengan asupan makanan dan minuman yang bergizi. Makanan bergizi merupakan makanan dengan kandungan karbohidrat, protein, lemak, dan vitamin yang cukup untuk tubuh. Pada umumnya batita (bayi bawah tiga tahun) yang baru lahir akan dipenuhi gizinya dengan asi eksklusif atau susu formula hingga berusia 6 bulan. Kandungan dari asi adalah air, protein, karbohidrat, lemak, vitamin, mineral, zat antibodi, dan enzim. Setelah batita menginjak usia 6 bulan, maka akan membutuhkan gizi yang lebih baik dan mulai diperkenalkan dengan makanan pendamping asi atau MPASI. MPASI merupakan makanan atau minuman bergizi seimbang yang diberikan untuk

batita berusia 6–24 bulan dengan takaran tertentu sesuai kebutuhan untuk memenuhi gizi bayi. MPASI merupakan tahapan peralihan dari asi ke makanan namun dalam prosesnya tidak langsung menggantikan peran asi.

Hal ini menjadi peluang yang sangat tinggi bagi pasar di Indonesia yang menyediakan segala kebutuhan bayi, salah satunya adalah MPASI bubur bayi organik. Saat ini, banyak usaha bubur bayi organik mulai dari UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) hingga terdapat di bidang *franchise*. Di Madiun terdapat beberapa *booth* atau outlet bubur bayi organik yang menyediakan kebutuhan MPASI untuk bayi, misalnya ialah Bebi Care, Beby Vit, Baby Smart, Natur Bebi, NutriBebi dan Hepi Meal. Persaingan yang semakin ketat antara beberapa merek di Kota Madiun mendorong perusahaan untuk lebih berfokus pada upaya untuk terus memperbaiki kualitas produk sehingga dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Produk MPASI bubur bayi organik dengan berbagai merek yang ditawarkan dapat membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk dengan kualitas baik sesuai dengan yang dibutuhkan.

Salah satu produk MPASI bubur bayi organik yang ada di Kota Madiun ialah merek Hepi Meal. Terdapat lima outlet bubur bayi organik Hepi Meal di Kota Madiun yaitu outlet Manisrejo di Jalan Tanjung Raya, outlet Bunderan di Jalan Dawuhan, outlet Njoyo di Jalan Pelita Tama, dan outlet Winongo di Jalan Gajah Mada. Produk MPASI merek Hepi Meal merupakan produk pangan organik Indonesia didirikan pada 18 Desember 2018 yang berpusat di Surabaya. Hepi Meal terbuat dari bahan pangan yang telah terfortifikasi sehingga membuat kualitas yang telah standar BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan) serta memiliki sertifikat Halal MUI yang dapat membuat calon konsumen mempercayakan kualitasnya dan kebutuhan gizi untuk buah hati kepada Hepi Meal.

Pola hidup masyarakat yang kini serba praktis membuat persaingan yang dihadapi oleh pelaku bisnis semakin ketat dan menciptakan persaingan yang lebih kompetitif dalam dunia bisnis. Persaingan yang kompetitif dapat dicapai dengan aktifitas pemasaran. Kualitas yang baik dan diiringi harga yang sesuai akan menumbuhkan rasa minat beli pada calon konsumen, minat beli yang

muncul akan menciptakan perilaku konsumen pada pencarian sebuah informasi yang diinginkan pada produk tersebut. Informasi yang telah diperoleh konsumen akan menciptakan keputusan pembelian. Keputusan pembelian produk yang memenuhi ekspektasi konsumen dapat menimbulkan pembelian ulang sehingga menciptakan loyalitas pelanggan pada produk tersebut.

Kualitas produk yang dapat memenuhi ekspektasi konsumen akan memuaskan kebutuhan konsumen sehingga dapat menyebabkan pembelian ulang hingga menciptakan loyalitas konsumen. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2008:272) adalah kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Sehingga kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk berdasarkan cara pandang pelanggan terhadap fungsi dari produk itu sendiri. Minar dan Safitri (2017) menemukan bahwa kualitas produk dapat berpengaruh secara signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Produk yang memiliki kualitas produk dengan harga yang sesuai merupakan cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Harga adalah faktor yang cukup dipertimbangkan bagi konsumen saat melakukan pembelian untuk pertama kalinya. Menurut Tjiptono (2015:289) harga adalah unsur yang menciptakan pendapatan bagi perusahaan, sedangkan unsur lainnya menyebabkan adanya pengeluaran. Sehingga harga ialah sebuah nilai, dimana penetapan harga menyesuaikan dengan waktu, modal, dan situasi. Menurut Queen dan Toton (2022) variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan menurut Kotler dan Keller (2009:138) adalah pendirian pelanggan untuk melakukan pembelian ulang sesuatu yang digunakan dan disukai serta tetap mendukung meski di kemudian hari terdapat kondisi yang bisa membuat pelanggan berpaling. Dalam Queen dan Toton (2022) loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Kualitas produk dan harga yang sesuai menjadi kunci sebuah bisnis dapat unggul dalam persaingan. Konsumen yang telah merasakan dampak baik dari barang/jasa yang diterima akan merasa puas maka akan terdapat kecenderungan konsumen untuk

melakukan pembelian ulang sehingga tercipta loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan juga dapat menyebabkan pelanggan untuk melakukan komunikasi dari mulut ke mulut tentang pengalamannya yang baik dan merekomendasikan ke calon konsumen lainnya. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengadakan penelitian yang berjudul: **Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Bubur Bayi Organik Merek Heki Meal Di Kota Madiun.**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, dapat dirumuskan permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan produk bubur bayi organik merek Heki Meal di Kota Madiun?
- b. Apakah harga berpengaruh secara signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan produk bubur bayi organik merek Heki Meal di Kota Madiun?
- c. Apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk bubur bayi organik merek Heki Meal di Kota Madiun?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh positif kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan bubur bayi organik merek Heki Meal di Kota Madiun.
- b. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh positif harga terhadap loyalitas pelanggan bubur bayi organik merek Heki Meal di Kota Madiun.
- c. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan produk bubur bayi organik merek Heki Meal di Kota Madiun.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Praktisi

Pemilik Outlet bubur bayi organik merek Hepi Meal di Kota Madiun dapat mengetahui bagaimana kualitas produk dan harga di outlet dapat berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

b. Bagi Akademisi

Peneliti loyalitas pelanggan dapat mengukur hasil penelitian ini sebagai referensi dengan variabel pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dalam penelitian ini membahas informasi mengenai materi-materi yang akan menjelaskan tentang penelitian ini. Materi-materi yang akan digunakan dalam setiap babnya dan untuk sistematika penulisan ini dibagi sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang tentang loyalitas pelanggan bubur bayi organik Hepi Meal di Kota Madiun oleh banyak faktor diantaranya dari segi kualitas produk dan harga. Dari latar belakang dibuatlah perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori yang digunakan sebagai landasan dari permasalahan dalam penelitian, penelitian terdahulu sebagai acuan, mengemukakan hipotesis penelitian serta menjelaskan kerangka pemikiran dalam menunjang dan menyusun penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, identifikasi, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik penyampelan, dan

analisis data

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum tentang objek penelitian, data penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian, keterbatasan peneliti dan saran yang dapat digunakan sebagai perbaikan yang ditujukan pada wirausaha maupun untuk peneliti selanjutnya.