BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dampak pandemi virus corona (*covid -19*) sangat terasa di dunia bisnis dan ekonomi dalam waktu yang cukup singkat pola pemasaran pun berubah terlebih ketika diberlakukan social distancing dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Pemasar harus putar otak untuk bisa memasarkan produk atau jasa mereka kekonsumen sebagai strategi brand bertahan di tengah pandemi virus corona, para pelaku bisnis mengoptimalkan pemasaran online dan digital branding sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Chairman Trans N Co Indonesia, Tri Raharjo menyebut bahwa dampak dari bencana wabah virus corona memukul banyak sektor bisnis di Indonesia, beberapa sektor bisnis yang berpotensi mengalami penurunan penjualan ialah restoran / toko makanan, salon, spa property, tour dan travel, hotel, transfortasi, penerbangan, mall, fashion dan beberapa sektor bisnis lainnya(Hj Aida Vitria2, 2019). Pemasaran secara online melalui media merupakan langkah tepat yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha pada masa pandemi covid-19. Oleh karena itu strategi yang diterapkan oleh para pelaku usaha termasuk toko roti vinito harus dilakukan secara optimal agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat dengan memberikan keterangan yang jelas dan dapat dipercaya kualitasnya oleh konsumen(Lucky and Rosmadi, 2020).

Semakin maraknya usaha *food baverage*, khususnya produk roti instan, terlihat dewasa ini persaingan sector usaha ini semakain menjamur di kota Semarang dan sekitarnya. Untuk tetap mempertahankan kepuasan konsumen Roti Finito Kota terus mengeluarkan produk terbaru dan bermacam variasi supaya konsumen tidak jenuh untuk menikmati roti yang

diproduksi oleh Roti Finito Kota Semarang. Untuk terus menumbuhkan kepuasan konsumen pada konsumen lama dan komsumen baru. Semakin banyak inovasi dan varian serta tetap menjaga kualitas pasti akan meningkatkan jumlah konsumen yang terus ingin mencoba produk tersebut.Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa ynag diharapkan oleh pelanggan. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang memampukan produk memuaskan kebutuhan. Kualitas produk diartikan pula sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen Loyalitas. Loyalitas dapat diartikan kesetiaan. Loyalitas konsumen sangat berperan penting dalam kehidupan suatu perusahaan untuk meningkatkan keuntungan bagi suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan menurut Dick dan Basu didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten karena merasa puas (Cruz, 2013).

Kepuasan Pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap rasa makanan atau kinerja jasa tertentu. Definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas(Montaring, Sepang and Adare, 2015). Perusahaan juga harus memperhatikan pelayanan yang baik dan sopan kepada konsumen yang membeli secara langsung maupun online. Pelayanan sangat berarti dalam memberikan kepuasan pada pelanggan sehingga

menjadi suatu hal yang sangat penting dalam usaha guna memberikan kepuasaan kepada para pelanggannya. Perusahaan harus siap memperkenalkan produk baru atau produk sama namun dengan motif baru yang di sesuaikan dengan keinginan konsumen agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli makanan yang ditawarkan. Perusahaan juga bukan hanya berkonsentrasi dalam pembuatan produk baru, namun perusahaan juga berpikir agar inovasi produk dalam perusahaan tersebut dapat diterima dan dapat menarik minat konsumen. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin lebih maju harus dapat memberikan kualitas produk yang dapat memberikan rasa puas terhadap konsumennya. Perusahaan harus bisa mempertahaankan pelanggan yang tetap setia terhadap produknya. Komsumen merupakan bagian yang sangat penting bagi perusahaan agar perusahaan berjalan dengan baik dan maju. Selain itu banyak perusahaan yang bersaingan agar dapat menciptakan produk yang baik dan dapat memberikan rasa puas terhadap konsumennya. Salah (Cruz, 2013). Perusahaan yang bertahan di era persaingan global dan pandemi covid19 seperti saat ini juga harus memperhatikan manfaat yang diperoleh konsumen setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Sebab hal tersebut merupakan salah satu faktor untuk bisa mengkaji tentang kepuasan konsumen. Nilai pelanggan memainkan peran signifikan dalam membangun kepuasan pelanggan untuk pelanggan layanan seluler dan mereka cenderung tetap menggunakan jasa kini sebagai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Keunggulan tersebut yang pada akhirnya pada kesempatan mendatang akan melakukan pembelian ulang ataupun memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pembelian (Wibowo, 2013).

Usaha Roti Vinito cukup menarik di analisis karena cukup banyak peminatnya dan Roti Vinito merupakan salah satu toko roti yang membandrol harga yang murah tetapi dengan kualitas rasa yang bagus. ibuktikan dari penjualan selama pandemic bulan Maret 2020 menjual 1000 roti, pada bulan April 2020 menjual 950 roti, pada bulan Mei 2020 menjual

800 roti, pada bulan Juni 2020 menjual 850 roti, pada bulan Juli 2020 menjual 700 roti, pada bulan Agustus 650 roti, pada bulan September 2020 menjual 750 roti, bulan Oktober menjual 700 roti, pada bulan November menjual 800 roti, pada bulan Desember menjual 850 roti. Walaupun mengalami naik turun tiap bulan dalam penjualan, tapi setiap bulan tetap ada pembelian dari konsumen. Ini pentingnya menjaga kualitas produk. Kualitas produk dan pelayanan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu toko/perusahaan agar tetap maju dan berkembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk, nilai pelanggan dan kepercayan terhadap kepuasan pelanggan Roti Vinito Semarang. Selanjutnya, untuk mengakomodasi itu semua di lakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan" (Studi Pada Toko Roti Finito Semarang)**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Roti Finito Kota Semarang?
2. Bagaimana nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Roti Finito Kota Semarang?
3. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Roti Finito Kota Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Roti Finito Kota Semarang.
2. Untuk menganalisis nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Roti Finito Kota Semarang.
3. Untuk menganalisis kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Roti Finito Kota Semarang.