

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi zaman sekarang banyaknya pelaku bisnis yang mempunyai usaha dibidang yang sama. Oleh Karena itu pelaku usaha harus pandai untuk menghadapi persaingan dalam kota misalnya dikota Semarang. Letak kota Semarang yang strategis karena terletak ditepi pantai laut jawa yang sangat cocok apabila masyarakat sekitar memiliki usaha dalam sektor perikanan. Perikanan sebagai salah satu sektor bisnis yang menguntungkan dan memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan guna meningkatkan taraf hidup masyarakat dalam segi ekonomi. Kemudian banyaknya masyarakat yang mengonsumsi ikan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Misalnya ikan bandeng yang bisa dibuat berbagai macam olahan. Kemudian daripada itu ikan bandeng merupakan produk unggulan di kota Semarang yang banyak peminatnya, sebab produk ikan bandeng mengandung banyak protein guna memenuhi kebutuhan gizi manusia. Tetapi ikan bandeng juga mempunyai beberapa kelemahan misalnya durinya yang banyak sehingga mempunyai resiko yang tinggi apabila dikonsumsi masyarakat terutama anak-anak. Ikan bandeng yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu bandeng duri lunak karena bandeng duri lunak ini sangat baik untuk dikonsumsi apalagi sudah terbebas dari duri yang lumayan banyak diikannya. Namun hal ini juga tidak mengurangi protein dan gizi yang dibutuhkan masyarakat karena pengolahan yang sangat baik. Bandeng adalah kuliner khas Semarang Jawa Tengah. Serta kuliner ini dibuat dengan menggunakan bahan baku ikan bandeng yang kemudian dibumbui dengan rempah-rempah khas Indonesia. Dan asal mulanya ditemukan oleh Hanna Budimulya yaitu seorang yang berasal dari kota Pati Jawa Tengah.(Wikipedia.org)

Bandeng duri lunak merupakan salah satu produk unggulan dikota Semarang. Hal tersebut yang menjadi banyaknya pelaku bisnis yang bersaing untuk merebut pasar produk ikan bandeng. Hal tersebut bisa dilihat dalam tabel 1.1 yang menunjukkan peningkatan outlet produk bandeng dikota Semarang.

Tabel 1.1.
Jumlah Outlet Industri Bandeng Duri Lunak Dikota Semarang

No	Nama usaha			Tahun				
				2008	2009	2010	2011	2012
1	Bandeng	Cabut	Duri	1	1	1	1	1
	Dinasty							
2	Bandeng presto			2	2	2	2	3
3	Bandeng bonafide			3	3	3	3	3
4	Bandeng djoi			1	1	1	1	1
5	Bandeng lumba-lumba			1	1	1	2	2
6	Bandeng supra			1	1	1	1	1
7	Bandeng arwana			1	1	1	2	2
8	Bandeng exotic			1	1	1	1	1
9	Bandeng 33			1	1	1	1	1
10	Bandeng gurih			1	1	1	1	1
11	Bandeng prima 1			1	1	1	1	1
12	Bandeng superior			1	1	1	1	1
13	Bandeng O'mas cabut duri			1	1	1	1	1
14	Bandeng Juwana Elrina			1	1	1	1	2
	Jumlah			17	17	17	19	21

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang, 2012

Bertambahnya usaha industri olahan bandeng duri lunak dikota semarang menjadikan persaingan bisnis yang ketat. Dari berbagai industri kuliner bersaing untuk memenangkan pasar sasaran. Serta peluang untuk mendirikan bisnis kuliner ini masih cukup besar, sehingga kondisi tersebut menyebabkan peningkatan jumlah industri bandeng duri lunak dikota Semarang.

Salah satu toko yang sudah banyak dikenal adalah toko Bandeng Juwana Elrina Semarang, toko tersebut adalah industri yang mana menyediakan buah tangan ataupun oleh-oleh khas dari kota Semarang. Keberadaan toko tersebut sangatlah strategis, yaitu terletak di Jl. Pandhanaran kota Semarang.

penurunan volume penjualan Bandeng Juwana Elrina Semarang bisa di lihat pada tabel 2 , periode Juli 2014–Desember 2015:

Tabel 1.2. Berikut data penjualan Bandeng Juwana Elrina (kg) periode bulan Juli 2014 - Desember 2015

Bulan	Penjualan	Kenaikan/penurunan penjualan	Presentase
Juli	11987		
Agustus	9316	-2671	-22,28%
September	6322	-2994	-32,13%
Oktober	8416	2094	33,1%
November	9360	944	11,2%
Desember	9465	105	1,1%
Januari	9122	-343	-3,6%
Februari	8854	-268	-2,9%
Maret	8376	-474	-5,3%
April	8577	201	2,3%
Mei	7853	-724	-8,4%
Juni	6959	894	-11,3%
Juli	10573	3614	51,93%
Agustus	8577	-1996	-18,87%
September	8435	-142	-1,65%
Oktober	7558	-877	-10,39%
November	7698	140	1,85%
Desember	8550	852	11,06%

Sumber : Arum yuliatiningsih, (2016). Analisis pengaruh citra merek, produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Dari tabel 2 dapat dijelaskan bahwa penurunan volume penjualan sangat tinggi atau dapat dikatakan terjadi peningkatan pada bulan September 2014 yaitu sebanyak -32,13%. Peningkatan penjualan bandeng pada bulan Oktober 2014 yaitu sebanyak 33,1%. Namun pada bulan Januari sampai Maret 2015 Bandeng Juwana mengalami penurunan kembali yaitu sebesar -3,6%, -2,9%, dan -5,3%. Setelah mengalami kenaikan sebesar 51,93% dibulan Juli 2015, namun penjualan kembali menurun pada bulan Agustus sampai Oktober 2015. Penurunan penjualan yang fluktuatif tersebut disebabkan karena banyaknya produsen bandeng dari luar kota Semarang. Dalam menghadapi persaingan tersebut perusahaan harus mampu memberikan keyakinan terhadap konsumen agar tetap loyal dengan tokonya. Karena konsumen yang loyal merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume

penjualan yang mulai menurun. Loyalitas merupakan kegiatan pembelian yang secara terus menerus. Untuk meningkatkan loyalitas perusahaan perlu memperhatikan kepuasan (Zikmund dalam Vanessa, 2007).

Kepuasan adalah perasaan yang dialami oleh seorang konsumen yang dapat diketahui melalui perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller, 2009). Karena kepuasan merupakan salah satu faktor untuk meningkatkan volume penjualan yang semakin lama semakin menurun. Tetapi banyak konsumen yang memilih produk tidak dilihat dari luarnya saja namun juga mempertimbangkan harga dengan kualitas yang sesuai. Tidak hanya harga yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha, namun pelaku usaha harus pandai memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan cara melakukan survey pasar. Survey pasar adalah salah satu hal terpenting dalam berbisnis untuk memajukan usaha atau bisnisnya agar tidak kalah bersaing. Namun pelaku usaha tidak hanya melakukan survey pasar saja tetapi mendengarkan kritik dari konsumen merupakan hal yang sangat penting, dengan perusahaan mendengarkan kritik dari konsumen tentunya perusahaan akan memperbaiki kekurangan-kekurangan perusahaan agar meningkatkan penjualan ditoko Bandeng Juwana Elrina Semarang. Banyaknya bisnis yang dirintis oleh pelaku bisnis terutama dibidang kuliner karena sebagian besar masyarakat lebih menikmati kuliner dibanding lainnya. Terutama kuliner yang melegendaris diSemarang, misalnya bandeng yang bisa dijadikan berbagai masakan. Hal ini merupakan salah satu ide yang kreatif untuk menarik minat konsumen guna mengonsumsi ikan bandeng. Bandeng presto adalah salah satu kuliner diSemarang yang sudah mempunyai *brand image* yang bagus.

Brand image adalah anggapan tentang merek yang direfleksikan konsumen yang berpegang pada ingatan konsumen. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan melakukan pembelian (Keller, 2009). Mengingat Semarang adalah kota dengan berbagai kuliner, wisata

dan banyak peninggalan sejarah zaman dulu. Namun kuliner di Semarang merupakan salah satu tujuan para wisatawan ketika berkunjung di Semarang untuk mencicipi berbagai masakan tradisional khas Jawa Tengah terutama bandeng presto. Bandeng presto merupakan salah satu oleh-oleh khas Semarang yang banyak dijumpai mulai dari restoran, warung kecil dan pedagang kaki lima. Hal ini membuktikan bahwa bandeng presto merupakan salah satu produk yang digemari masyarakat sekitar. Persaingan di industri produk bandeng yang sengit menjadikan pelaku usaha untuk membuat perencanaan pemasaran yang strategis dimana perencanaan ini bertujuan untuk mendapatkan citra positif dalam benak konsumen. Perencanaan pemasaran merupakan salah satu proses dimana produk tersebut akan dipasarkan sesuai dengan perencanaan awal untuk menguasai pangsa pasar. Kemudian kinerja perusahaan dituntut lebih ekstra untuk mengeluarkan ide atau gagasan bagaimana agar konsumen tetap bertahan dan tentunya untuk meningkatkan penjualan. Berhasil atau tidaknya suatu usaha sebagian besar tergantung kepada atasan perusahaan masing-masing guna mencapai target sasaran yang sesuai dengan perencanaan yaitu meningkatkan volume penjualan.

Saat ini makanan menjadi ikon tersendiri di kota-kota besar terutama di Semarang. Banyak kota-kota besar terkenal akan makanannya. Misalnya kota Palembang terkenal dengan empek-empek, Padang terkenal dengan rendang, Semarang terkenal dengan lumpia, bandeng presto dan lainnya, Pati terkenal dengan nasi gandul. Perkembangan industri makanan yang sangat pesat dengan berbagai macam olahan menuntut para pelaku usaha untuk merealisasikan idenya guna mempertahankan umur usahanya. Hal tersebut berfungsi untuk menarik minat konsumen, misalnya bandeng presto. Bandeng presto merupakan salah satu kuliner yang mencirikan kota Semarang. Bandeng Presto sekarang menjadi ikon tersendiri di kota Semarang sehingga banyak sekali orang yang sengaja membeli oleh – oleh

bandeng presto ini di Semarang untuk dijadikan buah tangan untuk keluarga, teman dekat dan saudara - saudara yang ingin mencicipi olahan ini.

Hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Budi Hermawan (2011) menyatakan bahwa hasil pengujian secara sendiri-sendiri menunjukkan variabel penelitian kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dengan loyalitas konsumen Jamu Tolak Angin PT Sido Muncul. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Dewi Kurniawati, Suharyono, Anriani Kusumawati (2014) mengatakan bahwa citra merek (*Brand Image*) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Chonny Sodakh (2014) menyatakan variabel citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BNI. Penelitian yang dilakukan Suwarni, Septina Dwi Mayasari (2012) harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3. Kemudian hasil penelitian Suwandi, AndiSularso, ImamSuroso (2015) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pelanggan pos EKSPRES di kantor POS Bondowoso dan Situ Bondo. Berdasarkan dari fenomena *research gap* (hasil penelitian yang berbeda) tersebut dan dengan kondisi yang dibuktikan oleh data survey maka perlu diajukan penelitian yang berkaitan dalam menganalisis factor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dengan judul “ANALISIS PENGARUH HARGA DAN *BRAND IMAGE*, TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN BANDENG JUWANA” (studi kasus pada toko Bandeng Juwana Elrina Semarang).

1.2 Rumusan Masalah

Persaingan bisnis yang sangat kompetitif menuntut perusahaan untuk bersaing secara baik dan mempertahankan usahanya. Hasil penelitian Conny Sodakh (2014) menyatakan variabel citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BNI. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Dewi Kurniawati, Suharyono, Anriani Kusumawati (2014) mengatakan bahwa citra merek (*Brand Image*) mempunyai pengaruh yang positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Suwarni, Septina Dwi Mayasari (2012) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3. Sedangkan hasil penelitian Suwandi, Andi Sularso, Imam Suroso (2015) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pelanggan pos EKSPRES dikantor POS Bondowoso dan Situ Bondo. Serta data yang diperoleh menunjukkan jumlah penjualan ditoko bandeng juwana elrina menunjukkan adanya penurunan yang fluktuasi sehingga menuntut perusahaan untuk berfikir bagaimana mempertahankan usahanya. Adanya tingkat persaingan yang sangat tinggi antar produsen yang memproduksi bandeng duri lunak mengakibatkan menurunnya volume penjualan. Serta semakin banyaknya produsen penghasil bandeng duri lunak yang berskala besar menuntut perusahaan untuk mempertahankan konsumennya. Meneliti harga, *brand image*, terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen merupakan hal penting guna meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen ?
2. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen ?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen ?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen ?
5. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk menguji dan menganalisis *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

3. Untuk menguji dan menganalisis kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen
4. Untuk menguji dan menganalisis harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen
5. Untuk menguji dan menganalisis *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen

1.4. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam menganalisis persoalan berdasarkan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada, khususnya yang berhubungan dengan pengaruh harga, *brand image*, terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan masukan kepada perusahaan dalam menganalisis pengaruh harga, *brand image*, terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan dalam daftar kepustakaan serta tambahan informasi khususnya mengenai pengaruh harga, *brand image* terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.