

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam persaingan dunia usaha haruslah mampu berupaya untuk mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan konsumen yang berorientasi mengarah pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor seperti cita rasa, kemasan, harga, inovasi produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, biaya, emosional, kemudahan, pengalaman pribadi, pengalaman orang lain, strategi pemasaran dan promosi. Faktor-faktor tersebut sangat penting yang dapat mempengaruhi dan untuk mengetahui kepuasan dari konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi kesadaran dan kecintaan konsumen terhadap produk barang atau jasa yang telah diterimanya. Kepuasan konsumen yaitu ketertarikan dan bentuk penilaian yang positif dari konsumen mengenai suatu produk barang atau jasa yang diberikan oleh produsen.² Kepuasan konsumen harus diprioritaskan, karena konsumen adalah orang yang menerima hasil produk yang dihasilkannya. Maka hanya mereka yang dapat untuk menentukan pilihan kebutuhan dan keinginannya. Konsumen yang puas

² Firman Gazali Djunaidi, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan minyak kayu putih pada Ketel Walbarua di Desa Ubung*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), hal. 29

akan setia lebih lama dan memberikan komentar yang baik tentang produk yang dihasilkannya.³

Berdasarkan fenomena lapangan terkait tentang kepuasan konsumen terhadap tingkat konsumsi yang selalu mengalami kenaikan pada setiap tahunnya dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1
Rata-rata Pengeluaran Makanan Perkapita Sebulan Menurut Jenis Pengeluaran, 2007-2015

Tahun	Jenis Pengeluaran Non Makanan (Dalam Rupiah)													Jumlah
	Padi-Padian	Umbi-umbian	Ikan	Daging	Telur & Susu	Sayur-Sayuran	Kacang-Kacangan	Buah-buahan	Minyak & Kelapa	Bahan Minuman	Bumbu-bumbu	Makanan & Minuman Jadi	Konsumsi Lainnya	
2007	31069	1236	7506	3287	8804	12344	6415	5417	9322	6661	3825	26083	5855	127.824
2008	28540	1797	7602	3715	12149	17039	6832	8142	13973	6532	3760	51155	4800	165.976
2009	36108	1263	8956	4430	11837	15859	9199	5862	9385	7939	4291	40970	6726	162.825
2010	42591	1369	9441	5576	12133	27076	9839	6779	11324	9523	5318	42289	7171	190.429
2011	42280	1438	8650	4652	11874	22658	7828	9945	12548	8961	4118	54817	5423	195.192
2012	43198	1513	9222	5411	13581	19853	8666	11580	12225	9531	3950	64303	4891	207.924
2013	46381	1616	10735	5376	15167	28286	9428	13788	15687	10478	3838	74227	4970	239.977
2014	47602	1851	11515	6193	18314	27715	10432	14367	16545	10747	4024	77476	5010	251.791
2015	64692	3736	19359	17141	31102	33272	12493	27394	19313	16387	7217	71423	7740	331.269

Sumber: Statistik Kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Timur 2015

Tabel di atas menjelaskan bahwasanya pada tahun 2015 mengalami adanya peningkatan dikarenakan tingkat konsumsi konsumen yang cenderung terus meningkat dari tahun ke tahun sebelumnya. Selanjutnya pada tahun 2009 sempat mengalami penurunan tingkat konsumsi pada konsumen. Tetapi hanya pada tahun itu saja dan pada tahun berikutnya yaitu pada tahun 2010 tingkat konsumsi konsumen mulai kembali stabil dengan menunjukkan adanya jumlah peningkatan. Dengan menunjukkan adanya jumlah peningkatan yang ada, bahwa konsumen itu cenderung untuk mengutamakan pada tingkat

³ Lilis Cucu dan Dini Fajriany, *Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja*, Jurnal E-Bisnis. Vol. 3 No. 2, 2019. hal. 114

konsumsinya. Oleh karena itu kepuasan konsumen terhadap tingkat konsumsinya itu sangatlah tinggi. Dengan dibuktikannya oleh adanya jumlah peningkatan yang ada terhadap tingkat konsumsi pada konsumen saat itu.

Cita rasa pada produk yang dihasilkan pada perusahaan sangat berperan penting untuk memikat hati konsumen. Rasa ciri khas pada produk yang dihasilkan akan menjadi keinginan tersendiri bagi konsumen. Cita rasa juga berperan penting pada konsumen untuk memenuhi akan kebutuhannya. Karena konsumen akan lebih cenderung mengutamakan cita rasa dari suatu produk yang diinginkannya. Perusahaan haruslah tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan tetap mempertahankan cita rasa dari produk yang dihasilkannya. Sehingga dengan adanya kepercayaan dari konsumen maka kepuasan konsumen akan selalu terjaga.⁴

Cita rasa merupakan atribut dari suatu olahan produk yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa yaitu bentuk ciri khas pada suatu olahan produk yang dibuat dengan semaksimal mungkin guna untuk mendapatkan hasil olahan produk yang diinginkan oleh konsumen. Cita rasa produk yang tetap diutamakan oleh perusahaan akan memberikan kepercayaan tersendiri dimata konsumennya. Sehingga dengan adanya kepercayaan dari konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, maka akan menghasilkan suatu kepuasan tersendiri oleh konsumennya.⁵

⁴ Chika Ramadhani A.W, *Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Brawijaya. Vol. 4 No. 2, 2018. hal. 4

⁵ Nopika Indrasari, *Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Yes Delivery di Plosokandang Tulungagung*, Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol. 01 No. 07, 2017. hal. 3

Menariknya pada cita rasa yang dihasilkan yaitu pada aroma, bentuk dan rasa ciri khasnya berbeda dengan yang lainnya akan membuat konsumen penasaran dan ingin mencobanya. Dengan cita rasa yang selalu dipertahankan dan selalu konsisten akan membuat konsumen merasa puas pada produk yang dihasilkannya. Maka demikian konsumen tersebut akan menjadi langganan setia yang akan kembali lagi. Tentunya dengan ini kepuasan konsumen akan selalu terjaga terhadap cita rasa yang dihasilkannya. Dengan mendapatkan kepercayaan ini, perusahaan haruslah benar-benar menjaga kestiaan dari konsumennya.

Kemasan yang baik adalah kemasan yang mampu melindungi produk dan mampu menyediakan informasi lengkap tentang produk bagi konsumen. Kemasan yang unik dan menarik pada suatu produk yang dihasilkan perusahaan akan dapat untuk memuaskan konsumen.⁶ Karena dengan menggunakan kemasan yang unik dan menarik, bertujuan untuk membedakan produk yang dihasilkan dengan produk perusahaan lain. Selain itu kemasan juga berfungsi untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan. Sehingga kemasan yang dibuat unik dan menarik mempunyai peranan penting terhadap penjualan produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan kepada konsumen.

Kemasan merupakan suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan suatu produk tertentu yang berada didalamnya serta dapat

⁶ Syurkrianti Mukhtar dan M. Nurif, *Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen*, Jurnal Sosial Humaniora. Vol. 8 No. 2, November 2015. hal. 184

memberikan citra tertentu pula untuk memikat hati konsumennya.⁷ Kemasan mencangkup wadah utama untuk melindungi produk agar tidak mudah rusak. Produk yang dihasilkan perusahaan akan lebih tahan pada jangkauan waktu yang telah ditetapkan. Kemasan sendiri juga sebagai daya tarik dan memuaskan hati konsumen untuk mengenali produk yang dihasilkan oleh perusahaan.⁸

Menariknya pada kemasan yang digunakan dalam produk yaitu selalu menggunakan kemasan yang higienis, selaras dengan produk yang dihasilkan dan kemasan yang menarik (kekinian atau modern). Dengan memperhatikan kemasan yang digunakan, produk yang dihasilkan tentunya akan terlihat menarik pula. Maka konsumen ketika melihat kemasan yang digunakan pada produk itu menarik. Akan muncul rasa penasaran dan ketertarikan oleh konsumen pada produk tersebut. Sehingga konsumen akan tertarik untuk memilih produk tersebut.

Harga umumnya menjadi hal utama yang diperhatikan oleh konsumen ketika membeli produk. Tinggi rendahnya harga akan menentukan seseorang dalam pembelian suatu produk. Melalui harga, seseorang bisa memutuskan apakah produk tersebut akan dibelinya dan dikonsumsinya.⁹ Penentuan harga dalam suatu produk yang akan dipasarkan perusahaan untuk konsumen harus

⁷ Nanda Resmi dan Tri Wismiarsi, *Pengaruh Kemasan dan Harga pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya. Vol. 13 No. 1, Maret 2015. hal. 3

⁸ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 163

⁹ Ruri Putri Utami dan Hendra Saputra, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan*, Jurnal Niagawan. Vol. 6 No. 2, Oktober 2017. hal. 47

dengan tepat dan efisien. Konsumen tentu akan memilih produk mana yang akan dipilihnya dengan memprioritaskan harga yang ditetapkan tersebut. Oleh karena itu penetapan harga yang efisien haruslah diterapkan perusahaan guna untuk daya ketertarikan dan kepuasan pada konsumen dalam suatu pemilihan produk yang akan dipilihnya.¹⁰

Harga merupakan kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. Harga dapat juga diartikan dengan sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk menerima suatu produk. Harga menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen. Karena dengan harga yang sesuai dengan ketetapan pada nilai jual produk akan menghasilkan kepuasan oleh konsumen.¹¹ Dimana konsumen biasanya akan sangat jeli dan melakukan seleksi terhadap harga dari suatu produk. Konsumen pasti akan cenderung memilih produk dengan harga yang terjangkau tetapi tetap berkualitas.

Menariknya pada harga produk yang diberikan yaitu tetap terjangkau dikantong konsumen. Memberikan harga ekonomis dengan produk yang berkualitas diharapkan mampu untuk menjaga harga pasaran agar produk yang dihasilkannya tetap terjangkau bagi konsumennya. Konsumen tentunya akan teliti pada harga-harga pasaran. Oleh karena itu konsumen yang teliti akan memilih harga yang terjangkau dengan produk yang tetap berkualitas.

¹⁰ Rudianto, *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*, (Jakarta: Grasindo, 2013), hal. 231

¹¹ Arief Adi Satria, *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*, *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis*, Vol. 2 No. 1, April 2017. hal. 46

Inovasi produk berkaitan erat dengan peluncuran produk. Salah satu bentuk dari inovasi produk adalah produk baru. Produk baru meliputi produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi dan merek baru yang dikembangkan. Oleh karena itu perusahaan haruslah inovatif dalam menciptakan ide-ide yang baru dan peningkatan layanan yang memuaskan konsumen.¹² Inovasi produk adalah kondisi pada suatu produk baru bahkan gagasan yang dianggap sesuatu yang baru. Inovasi produk yang dilakukan sangat diperlukan dengan tujuan untuk mempertahankan kepuasan konsumen.¹³

Pengidentifikasian kebutuhan konsumen ditentukan dari adanya suatu inovasi produk. Inovasi produk berangkat dari pemahaman terhadap keinginan konsumen dan hasil pengidentifikasian kebutuhan konsumen secara dinamis dan berkesinambungan.¹⁴ Perusahaan harus mampu menawarkan produk yang memiliki keunggulan spesifik dan mutu yang lebih baik dibandingkan dengan produk perusahaan lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut, perusahaan harus selalu melakukan inovasi atas produk yang dihasilkannya untuk menjaga kepuasan konsumennya.¹⁵

Menariknya pada inovasi produk yang digunakan yaitu selalu melakukan evaluasi dan pembenahan dalam pengolahan produknya. Hal ini dilakukan dengan cara menghasilkan dan membuat inovasi produk-produk baru. Langkah tersebut dilakukan guna supaya konsumen tidak mudah bosan dengan produk-

¹² Victor Ringhard P, *Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran*, Jurnal Maneksi, Vol. 7 No. 1, Juni 2018. hal. 68

¹³ Akhmad Nasir, *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel di Kabupaten Pasuruan*, Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi, Vol. 6 No. 2, tahun 2018. hal. 19

¹⁴ Agus Dudung, *Merancang Produk*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hal. 36

¹⁵ Ginting R, *Perancangan Produk*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 57

produk pada sebelumnya. Dengan menerapkan langkah ini agar perusahaan dapat untuk berbenah kedepannya supaya produk-produk yang dihasilkannya agar lebih baik lagi dan kepuasan konsumen akan selalu terjaga.

Penelitian ini dilakukan di Kusuma Cookies yang dimana perusahaan beralamatkan di Dusun Talun RT 2 RW 3 Kelurahan Beji, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Perusahaan ini bergerak memproduksi beraneka macam kue atau jajanan pasar dalam bentuk basah atau kering. Selain memproduksi kue basah atau kering tetapi juga melayani pesanan catering dalam segala macam masakan yang sesuai dengan permintaan konsumen. Memiliki karyawan sejumlah lima orang yang memiliki tugas masing-masing seperti pada bagian produksi, pemasaran, pengiriman pemesanan.

Berdasarkan daftar harga dan jenis kue-kue basah atau jajanan pasar yang diproduksi oleh Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Daftar Harga dan macam jenis kue-kue basah atau jajanan pasar yang diproduksi Kusuma Cookies

No	Jenis	Harga
1	Telur Gabus	Rp. 1.250
2	Sus Kering	Rp. 1.250
3	Jagung Australia	Rp. 1.500
4	Kacang Atom	Rp. 1.500
5	Kacang Klici	Rp. 1.500
6	Stick	Rp. 1.750
7	Talam Jagung	Rp. 2.000
8	Kue Pukis	Rp. 2.000
9	Dadar Gulung	Rp. 2.000
10	Lapis	Rp. 2.000
11	Pie Nanas	Rp. 2.250
12	Apem Renda	Rp. 2.250
13	Jongkong	Rp. 2.250
14	Roti Kukus 1 Warna	Rp. 2.250

15	Tahu Fantasi	Rp. 2.250
16	Terbul Mini	Rp. 2.250
17	Roti Kukus Semangka	Rp. 2.500
18	Putu Ayu	Rp. 2.500
19	Kue Bugis	Rp. 2.500
20	Wingko Babat	Rp. 2.500
21	Lumpur	Rp. 2.500
22	Kue Tok	Rp. 2.500
23	Cake Zebra	Rp. 2.500
24	Cake Marmer	Rp. 2.500
25	Dadar Gulung isi Pisang	Rp. 2.500
26	Risoles	Rp. 2,500
27	Klepon	Rp. 2.500
28	Roti Tape	Rp. 2.500
29	Lumpia	Rp. 2.500
30	Bikang	Rp. 2.500
31	Lemper Basah	Rp. 2.750
32	Black Forest	Rp. 2.750
33	Pandan Keju	Rp. 2.750
34	Rainbow Roll	Rp. 2.750
35	Sosis Solo	Rp. 2.750
36	Apem Kukus	Rp. 2.750
37	Onde-onde	Rp. 2.750
38	Iwel-iwel	Rp. 2.750
39	Mendut Ketan	Rp. 2750
40	Brownis	Rp. 2.750
41	Puding	Rp. 2.750
42	Kue Kukus Aren	Rp. 2.750
43	Putu Tegal	Rp. 2.750
44	Jadah Potong	Rp. 2.750
45	Pastel	Rp. 3.000
46	Donat	Rp. 3.000
47	Nogosari	Rp. 3.000
48	Wajik Potong	Rp. 3.000
49	Srikaya	Rp. 3.000
50	Jenang Merah Potong	Rp. 3.000
51	Bikang Ambon	Rp. 3.000
52	Cake Puding	Rp. 3.000
53	Lemper Kukus	Rp. 3.000
54	Roll Red Velved	Rp. 3.250
55	Roll Coklat	Rp. 3.250
56	Roll Pandan	Rp. 3.250
57	Roll Ori	Rp. 3.250
58	Sus Sandwich	Rp. 3.250

59	Cake Puding	Rp. 3.250
60	Cake Rainbow	Rp. 3.250
61	Sus Basah	Rp. 3.500
62	Spiku	Rp. 3.500
63	Putri Mandi	Rp. 3.500
64	Semar Mendem	Rp. 3.500
65	Kroket Kentang	Rp. 3.750
66	Puding Buah	Rp. 3.750
67	Martabak	Rp. 3.750
68	Kue Cum-cum	Rp. 4.000
69	Pisang Bolen	Rp. 4.000
70	Sus Buah	Rp. 4.500

Sumber: Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung

Alasan melakukan penelitian di Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung karena dari segi produk, memiliki ciri khas tersendiri dalam suatu hasil olahan produknya seperti pada bentuk, tekstur dan rasa yang tidak kalah dari olahan produk perusahaan lainnya. Kemasan yang digunakan dalam produk tersebut juga unik dan menarik. Hal ini agar konsumen mempunyai ketertarikan pada suatu produk yang dihasilkan. Dari segi pemasaran atau penjualannya, memiliki langganan konsumen atau konsumen setia yang selalu melakukan pemesanan di Kusuma Cookies. Dari segi ekonomi dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar untuk bekerja sebagai karyawannya dan dapat memperoleh ketrampilan dalam membuat produk kue-kue basah di Kusuma Cookies.

Berdasarkan data di lapangan terkait jumlah konsumen di Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung pada tahun 2020 periode Juli - Desember dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 1.3
Data jumlah konsumen di Kusuma Cookies Beji, Boyolangu Tulungagung
pada periode Juli – Desember Tahun 2020

Bulan	Jumlah Konsumen
Juli	12
Agustus	14
September	18
Oktober	16
November	19
Desember	21
Jumlah	100

Sumber: Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung

Tabel di atas menjelaskan bahwasanya pada tahun 2020 Kusuma Cookies mengalami peningkatan penjualan yakni pada bulan Juli-September walaupun dengan selisih yang sedikit demi sedikit. Selanjutnya pada bulan Oktober Kusuma Cookies sempat mengalami penurunan penjualan dikarenakan pada bulan tersebut dikarenakan minimnya orderan konsumen yang melakukan pemesanan dan jarang nya orang yang acara tertentu pada bulan tersebut. Pada bulan selanjutnya yakni pada bulan November-Desember Kusuma Cookies mengalami peningkatan penjualan kembali. Hal ini dikarenakan banyaknya orang yang mempunyai acara pada bulan tersebut untuk melakukan orderan pemesanan di Kusuma Cookies.

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan jelas untuk memberikan manfaat dan dampak yang positif bagi diri sendiri maupun orang lain. Penelitian ini akan mendapatkan suatu manfaat dan tujuan bagi perusahaan agar dapat melihat perkembangan pasar melalui kepuasan konsumennya dari adanya faktor-faktor seperti cita rasa, kemasan, harga, dan inovasi produknya. Melihat betapa pentingnya dari faktor cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen, maka dari uraian latar belakang diatas,

penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian yang berjudul **“Pengaruh Cita Rasa, Kemasan, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Kasus Pada Konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung).**

B. Identifikasi Masalah

Sebuah perusahaan diharuskan memiliki karakteristik menonjol yang digunakan sebagai ujung tombak untuk terus mempertahankan eksistensi dari para pesaingnya. Sehingga perusahaan dapat memperoleh kepuasan dari para konsumen terhadap produk barang atau jasa yang dihasilkannya. Kepuasan dari konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor yaitu jika kepuasan pada konsumen meningkat, maka tujuan dari perusahaan akan tercapai. Dengan ini, perusahaan harus memiliki cara untuk meningkatkan kepuasan dari para konsumennya.

Identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Semakin ketatnya persaingan pada dunia usaha atau bisnis.
2. Cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk mempengaruhi kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.
3. Adanya kepuasan konsumen, hasil produksi atau output yang didapat perusahaan akan meningkat.
4. Kepuasan konsumen sangat berpengaruh pada keberhasilan perusahaan.
5. Adanya beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan suatu perusahaan.

C. Rumusan Masalah

Dari penjelasan dalam latar belakang diatas, maka peneliti perlu dalam penetapan fokus penelitian yang ada kaitannya dengan penelitian dalam menjawab permasalahan yang ada. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung?
2. Apakah kemasan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung?
4. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung?
5. Apakah cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut bisa dilihat bahwa tujuan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh dari cita rasa terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh dari kemasan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.

3. Untuk menguji pengaruh dari harga terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh dari inovasi produk terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.
5. Untuk menguji pengaruh cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menjadikan referensi tentang pengaruh harga cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.

2. Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi oleh pihak perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen di Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung. Supaya tujuan dari perusahaan cepat terealisasikan.

b. Bagi Akademis

Dapat menambah sumber informasi dan referensi bagi para mahasiswa untuk mendalami ilmu pengetahuan dibidang bisnis.

Khususnya pada pemasaran dan dijadikan sebagai sumber literature baca di perpustakaan pada umumnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan oleh peneliti selanjutnya sebagai pijakan, sumber referensi tambahan atau perbandingan dalam penelitiannya. Mempermudah untuk mencari informasi mengenai pengaruh cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Cita rasa, kemasan, harga, inovasi produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, biaya, emosional, kemudahan, pengalaman pribadi, pengalaman orang lain, strategi pemasaran dan promosi merupakan faktor yang sangat penting dapat mempengaruhi dari kepuasan konsumen. Ruang lingkup dari penelitian ini adalah Kusuma Cookies, Beji, Boyolangu, Tulungagung. Konsumen di Kusuma Cookies sebagai objek penelitiannya. Dengan hal itu, konsumen yang menjadi sumber responden dalam penelitian ini.

2. Keterbatasan Penelitian

Batasan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya suatu “Pengaruh Cita Rasa, Kemasan, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Kasus Pada Konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung).

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Cita rasa

Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Cita rasa yaitu bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengelabel rasa yang terletak dilidah pipi, kerongkongan, atap mulut yang merupakan bagian dari cita rasa.¹⁶

b. Kemasan

Kemasan adalah sesuatu (material) dapat berupa botol, kertas maupun plastik yang digunakan untuk membungkus makanan. Kesadaran akan pentingnya kemasan yang menarik dan baik semakin meningkat. Karena pentingnya fungsi kemasan dalam pemasaran merupakan atribut yang dilihat konsumen paling awal. Tidak jarang konsumen bersedia membayar lebih untuk mempermudah penampilan dari kemasan yang lebih baik.¹⁷

c. Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya

¹⁶ Wahida, *Rasa dan Cita Rasa dalam Masakan*, (Bandung: Angkasa Raya, 2010), hal. 27

¹⁷ Hadion Wijoyo dkk, *Manajemen Internasional*, (Sumbar: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2020), hal.77

ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.¹⁸

d. Inovasi Produk

Inovasi produk adalah pembuatan produk-produk baru atau jasa-jasa baru yang diperbaiki dan mengenalkannya ke pasar. Inovasi produk sangat berkaitan dengan aktivitas utama perusahaan, oleh sebab itu inovasi produk dapat dipandang sebagai sumber penting keunggulan bersaing yang dapat mengarahkan ke perbaikan kinerja organisasi.¹⁹

e. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah hasil perbandingan yang dirasakan antara kinerja produk dan kesesuaian harapan yang diinginkan konsumen setelah pembelian. Jika produk sesuai atau melampaui harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas dan sebaliknya jika produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen tidak merasa puas.²⁰

2. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu unsur yang digunakan oleh seseorang peneliti untuk mengukur variabel.²¹ Definisi operasional pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Cita, Rasa, Kemasan, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada konsumen di Kusuma

¹⁸ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 32

¹⁹ Djoko Poernomo, *Usaha Mikro Batik Madura*, (Yogyakarta: Griya Pandiva, 2015), hal. 93

²⁰ Firman Gazali Djunaidi, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam....*, hal. 31

²¹ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), hal. 16

Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung”. Membahas mengenai bagaimana pengaruh dari cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen. Cita rasa dalam penelitian ini diartikan sebuah sesuatu dari olahan produk terbaik yang diberikan kepada konsumen. Kemasan dalam penelitian ini diartikan sebagai wadah atau tempat untuk suatu produk yang dihasilkan guna melindungi produk agar tidak mudah rusak dan membuat produk menarik. Harga dalam penelitian ini diartikan penetapan nilai dari suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan untuk konsumennya. Inovasi produk dalam penelitian ini diartikan mengevaluasi dan melakukan pembenahan dalam inovasi produk yang dihasilkan. Dengan demikian cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk memiliki kemungkinan mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk yang mendukung, hal ini diharapkan agar dapat menambah dan meningkatkan kepuasan dari konsumen di Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi dikerjakan dengan sistematika yang sedemikian sama untuk mempermudah pemahaman dan memfokuskan sasaran, oleh karena itu penulis mengerjakan dengan sistem penulisan susunan seperti dibawah ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Di bab ini menjabarkan beberapa sub bab yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup, batasan penelitian dan penegasan istilah.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjabarkan teori dan konsep yang diperoleh dari berbagai referensi yang berhubungan dengan cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk. Selain itu bab ini juga memaparkan kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memaparkan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Memaparkan temuan hasil studi yang dilakukan selama proses penelitian. Dalam bab ini dipaparkan masalah dan penyelesaian masalah. Pada bab ini disajikan informasi yang datanya ditemukan setelah menganalisis.

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan hasil penelitian dari pengaruh cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen di Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini memaparkan kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi tentang rangkuman hasil pembahasan penelitian. Sementara saran berisi tentang pendapat yang diberikan oleh peneliti kepada pihak yang terkait, agar lebih baik kedepannya.