

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro dan kecil tumbuh subur di Indonesia, berbagai bidang usaha dapat dimasuki seperti industri pengolahan, perdagangan maupun jasa. Makanan merupakan bidang yang paling banyak diminati, karena lebih mudah mencari pasarnya di Indonesia. Secara nasional, industri makanan dan Minuman Nasional Terbukti Menjadi Salah Satu Industri Dengan Tingkat pertumbuhan cukup tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor industri makanan dan minuman mempunyai peranan yang besar dalam penciptaan kesempatan kerja dan sumber pendapatan serta pertumbuhan ekonomi Indonesia.² Perkembangan ekonomi ditandai dengan adanya perubahan-perubahan yang menyebabkan para pelaku usaha akan menghadapi berbagai kendala di dalam perkembangan bisnisnya. Hal itu bisa dilihat dari tumbuhnya usaha-usaha sejenis sehingga menimbulkan persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Setiap pelaku usaha dituntut meningkatkan daya saing antar pelaku usaha dengan menetapkan strategi yang tepat agar dapat bertahan ditengah persaingan bisnis. Meningkatnya perkembangan UKM dari tahun ke tahun memberikan efek persaingan antar usaha semakin ketat. Perekonomian di Kabupaten Blitar khususnya usaha mikro menjadi salah satu bidang usaha yang konsisten dan berkembang. Potensi usaha mikro disebut

² Santoso Ekbal, "Pengembangan Umkm Melalui Strategi Membangun Jaringan Sosial (Studi Pada Paguyuban Sari Roso Di Desa Ploso-Selopuro Kabupaten Blitar)," *Cakrawala Pendidikan* 23, No. 2 (2019): 35–41.

sebagai penyelamat perekonomian saat terjadinya krisis ekonomi pada tahun 1997 sekaligus penyedia lapangan kerja kepada masyarakat sehingga berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan mewujudkan stabilisasi nasional.³

Mewujudkan kesejahteraan masyarakat berarti membangun ekonomi yang ada pada masyarakat. Sedangkan membangun ekonomi tentu tidak semudah yang dikatakan. Hal ini perlu disadari karena menyangkut banyak sektor yang dibangun, antara lain sektor pendidikan, pertanian, perhubungan, dan infrastruktur. Serta banyak aspek lain yang perlu diperhatikan, mulai dari ketersediaan sumber daya alam, produktivitas sumber daya manusia, produksi dengan teknologi, pembiayaan atau dana yang dibutuhkan, distribusi hasil produksi, penetapan harga, sistem mekanisme.⁴ Realisasi dari penjelasan ini dapat membuat usaha kecil yang dapat membuat lapangan pekerjaan baru serta memanfaatkan sumber daya yang ada, sehingga dapat meningkatkan pendapatan untuk bisa memenuhi kebutuhan hidup.⁵ Dimasa sekarang ini, pertumbuhan usaha yang semakin berkembang pesat yakni bidang kuliner, karena dirasa bisnis kuliner memiliki prospek yang lebih menjanjikan. Salah satunya perkembangan paguyuban jajanan Sari Roso. Perkembangan tersebut diikuti pula oleh persaingan yang ketat untuk memperebutkan pangsa pasar dan

³ Moh Arief Zadana Rosyidi, Abid Muhtarom, and Muhammad Chusnul Khitam, "Analisis Harga, Cita Rasa, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian Pada Usaha Wakhid Pentol," *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 16, no. 1 (2023): 115–130.

⁴ Mustafa Edwin Nasution, *'Pengenalannya Eksklusif Ekonomi Islam'*, (Jakarta: Kencana, 2017) hlm.98.

⁵ Muhammad Abdul Mannan and M Nastangin, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam* (PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), hlm.354.

konsumen. Untuk mempertahankan keputusan pembelian dan loyalitas konsumen yang semakin menurun tersebut salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen dengan tujuan untuk mencapai loyalitas konsumen. Strategi dalam pemasaran yang diperlukan agar konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian dan loyal terhadap produk yang dipasarkan melalui harga yang terjangkau dan sesuai serta cita rasa produk yang enak. Loyalitas konsumen menjadi salah satu penentu dalam jangka panjang keuntungan usaha. Konsumen yang setia dan loyal akan melakukan kembali pembelian produk dan bersedia membayar dengan harga lebih tinggi demi citarasa yang sesuai dengan selera para konsumen.

Keragaman produk yang ditawarkan, kualitas aman dan terjamin serta harga yang dapat dinego sesuai permintaan konsumen menjadi kelebihan dari paguyuban sari roso. Produk jajanan sari roso memiliki konsumen yang loyal, hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya konsumen yang melakukan pembelian ulang serta menggunakan produk jajanan sari roso untuk hidangan sehari-hari maupun keperluan hajatan. Loyalitas konsumen adalah komitmen seorang konsumen untuk membeli dan memakai suatu produk barang atau jasa apapun secara terus menerus dimasa yang akan datang. Dengan pilihan kue yang bermacam-macam, harga yang terjangkau dan citarasa yang baik membuat para konsumen semakin loyal dan semakin terus menerus memilih untuk membeli produk dari paguyuban sari roso.

Paguyuban sari roso menetapkan harga yang kompetitif dan terjangkau bagi semua kalangan baik untuk anak-anak hingga orang dewasa. Harga menjadi penentu dalam pembelian produk karena harga bisa menjadi tolak ukur konsumen untuk membeli atau tidaknya suatu produk. Harga dalam paguyuban sari roso dapat dinego dan disesuaikan dengan permintaan konsumen. Produk sari roso yang beraneka macam dan terjangkau menjadikan banyak konsumen yang loyal dan memutuskan untuk membeli dengan jumlah sedikit maupun banyak. Paguyuban Sari Roso terkenal dengan harga yang relatif murah sesuai dengan kantong anak-anak sekolahan maupun perkampungan. Pembeli hanya perlu merogoh saku mulai dari Rp 1000. Bahkan masih ada beberapa jajanan yang harganya hanya 500 perak. Variasi harga jajanan sariroso bisa menyesuaikan sesuai dari permintaan konsumen tergantung harga yang diinginkan pada waktu pemesanan. Karena harga yang terjangkau inilah banyak konsumen yang loyal dan memutuskan untuk kembali membeli produk dari sari roso.

Faktor lain yang menyebabkan konsumen loyal terhadap produk jajanan sariroso adalah karena citarasa yang sangat sesuai dilidah para konsumen. Produsen jajanan sariroso selalu memperhatikan citarasa dan produk yang dibuat harus selalu enak. Cita rasa termasuk komponen dalam makanan yang mencakup, penampilan makanan, rasa makanan, aroma makanan serta tekstur makanan. Cita Rasa yang baik juga akan mendapatkan nilai lebih dari konsumen sehingga dapat menarik daya beli masyarakat dan membuat konsumen loyal dan ingin kembali membeli jajanan dari Sari Roso. Bahkan

setiap produk yang dibuat sudah dijamin aman dari pengawet kimia oleh dinas kesehatan kabupaten Blitar. Dalam proses produksi, setiap produsen kue dituntut menjaga kualitas dari bahan baku juga bahan tambahannya. Produsen kue dilarang menggunakan bahan pengawet kimia, zat pewarna bukan untuk makanan dan pemanis buatan atau bahan-bahan lain yang berbahaya.

Paguyuban digunakan untuk menyebut suatu kelompok manusia yang dinamis atau hidup karena diwarnai oleh bermacam ragam kegiatan yang kreatif dan inovatif. Kehidupan dalam paguyuban diikat oleh hubungan batin yang murni dan bersifat alamiah serta bersifat kekal.⁶ Paguyuban “Sari Roso” merupakan komunitas industri rumah tangga yang memproduksi dan memasarkan aneka jajanan dan kue di kabupaten Blitar tepatnya di Desa Ploso kecamatan Selopuro. Paguyuban tersebut terbentuk dari kerjasama antar RT dan RW di desa Ploso dalam membentuk perdagangan kue-kue yang pembuat dan pemasarannya dari komunitas desa Ploso itu sendiri. Paguyuban sari roso ini memiliki citra positif karena telah mendapatkan penghargaan dari bupati blitar sebagai “pedagang kejujuran” karena tidak menggunakan bahan yang berbahaya sehingga aman untuk dikonsumsi. Dalam proses produksi, setiap produsen kue pada paguyuban sari roso dituntut menjaga kualitas dari bahan baku juga bahan tambahannya. Produsen kue dilarang menggunakan bahan pengawet kimia, zat pewarna bukan untuk makanan dan pemanis buatan atau bahan-bahan lain yang berbahaya. Paguyuban Sari Roso yang komunitas anggotanya adalah masyarakat desa Ploso selain dapat membantu mengurangi

⁶ Shella Noor, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018), hlm.38.

angka pengangguran desa juga dapat membantu masyarakat dalam bidang perekonomiannya.⁷ Sehingga dari adanya Paguyuban Sari Roso memberikan peluang bagi masyarakat desa untuk bergabung menjadi anggota Sari Roso dalam menjualkan produknya. Namun paguyuban tersebut masih lemah dalam hal ketersediaannya pemesanan melalui online karena kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran online dan jenis kue yang dipasarkan adalah kue basah sehingga mudah basi jika dipasarkan secara online. Selain itu, kenaikan harga bahan pokok membuat produsen harus efisien dan kreatif agar produk memiliki citarasa yang tetap enak, namun harga dan ukuran tetap sesuai dengan keinginan konsumen agar tetap loyal dan selalu memutuskan membeli di paguyuban sari roso. Untuk itu masyarakat dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memecahkan kelemahan tersebut sehingga produk yang dipasarkan semakin meningkat.

Peneliti sebelumnya yang membahas tentang harga, cita rasa, keputusan pembelian dan loyalitas konsumen dilakukan oleh Moh. Arief Zadana Rosyidi, Abid Muhtarom, Muhammad Chusnul Khitam yang berjudul “tentang Analisis Pengaruh Harga, Cita Rasa, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian Pada Usaha Wakhid Pentol. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) berpengaruh positif dan signifikan, harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Z) berpengaruh positif dan signifikan, cita rasa (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) berpengaruh negatif dan signifikan, cita

⁷ Santoso Ekbal, “Pengembangan Umkm Melalui Strategi Membangun Jaringan Sosial (Studi Pada Paguyuban Sari Roso Di Desa Ploso-Selopuro Kabupaten Blitar),” *Cakrawala Pendidikan* 23, No. 2 (2019): 22–25.

rasa (X2) terhadap keputusan pembelian (Z) berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan penelitian tersebut, hal yang membedakan dari penelitian ini adalah objek penelitian dan beberapa variabelnya dimana objek penelitiannya adalah usaha wakhid pentol dan variabel lain yang menyertai yaitu Lokasi, Kualitas Produk, Dan Promosi.

Alasan peneliti memilih judul penelitian ini karena peneliti melihat adakah pengaruh baik secara parsial maupun simultan harga dan cita rasa terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian pada produk UMKM paguyuban Sari Roso.

Berdasarkan latar belakang tersebut, menarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait harga, citarasa, loyalitas konsumen dan keputusan pembelian. Sehingga peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar ”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Harga Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar ?

2. Apakah Citarasa Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar ?
3. Apakah Harga Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar ?
4. Apakah Citarasa Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar ?
5. Apakah Loyalitas Konsumen Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar?
6. Apakah Harga Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar?
7. Apakah Citarasa Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Menguji Signifikansi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.
2. Untuk Menguji Signifikansi Pengaruh Citarasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar .
3. Untuk Menguji Signifikansi Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.
4. Untuk Menguji Signifikansi Pengaruh Citarasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.
5. Untuk Menguji Signifikansi Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.
6. Untuk Menguji Signifikansi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.
7. Untuk Menguji Signifikansi Pengaruh Citarasa Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak yang terkait atau membutuhkan informasi dan data yang terkait dengan penelitian ini, baik secara teoritis maupun secara praktis. Antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan kontribusi pemikiran dan informasi kepada jurusan Ekonomi Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan menambah wawasan serta pengetahuan yang berhubungan dengan Pengaruh Harga Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.

2. Manfaaat secara praktis

a. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dan menambah hasil karya tulis ilmiah di lembaga pendidikan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Dapat menambah wawasan dan juga bahan referensi terkait Pengaruh Harga Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar. untuk semua civitas akademik di Universitas Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Bagi Mahasiswa

Dalam hasil penelitian ini peneliti mampu memberikan wawasan untuk kerangka berpikir dalam pembuatan penelitian kedepannya. Khususnya yang terkait dengan Pengaruh Harga Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Produk UMKM Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam mengerjakan penelitian selanjutnya, terutama untuk variabel yang berhubungan dengan harga, Citarasa, keputusan pembelian, dan loyalitas konsumen.

d. Bagi Paguyuban Sari Roso

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur bagi paguyuban dalam menetapkan harga dan citarasa untuk membantu dalam keputusan pembelian konsumen sehingga terciptanya loyalitas atau kesetiaan pada suatu produk untuk memungkinkan terjadinya pembelian kembali secara berulang. Selain itu, sebagai evaluasi bagi paguyuban Sari Roso untuk meningkatkan daya saing dengan produk lain yang sejenis.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah informasi ilmiah yang akan membantu peneliti lain ketika akan melakukan penelitian dengan obyek yang sama. Definisi

operasional menunjukkan informasi kepada kita mengenai bagaimana cara mengukur variabel yang diteliti.

Loyalitas konsumen (Y) adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.⁸ Indikator yang dapat diukur yaitu :

- 1) Pembelian ulang
- 2) Kebiasaan mengkonsumsi
- 3) Tetap memilih produk tersebut
- 4) Menyukai produk
- 5) Yakin produknya baik
- 6) Merekomendasikan.

Harga (X1) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam penelitian ini indikator yang dapat diukur yaitu :⁹

- 1) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Yaitu ketika harga yang ditawarkan oleh produsen sesuai dengan kualitas dari produk yang mereka tawarkan.
- 2) Daya saing harga
Artinya kualitas produk yang ditawarkan sebanding dengan harga serta memenuhi standar penjualan.
- 3) Kesesuaian harga dengan fungsinya

⁸ Fandy Tjiptono, '*Strategi Pemasaran*' (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), hlm.110.

⁹ Philip Kotler and Gary Armstrong, '*Prinsip-Prinsip Pemasaran*' (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm.345.

Konsumen akan membeli suatu produk jika fungsi dan manfaatnya lebih besar dengan yang telah mereka keluarkan terhadap produk tersebut.

4) Keterjangkauan harga

Konsumen dalam memutuskan pembelian selalu mencari produk yang harganya dapat mereka jangkau.

Citarasa (X2) yaitu cara dalam memilih makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Citarasa merupakan bentuk kerjasama dari kelima panca indera manusia yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran. Indikator yang dapat diukur meliputi :

- 1) Aroma
- 2) Rasa
- 3) Tekstur
- 4) Penampilan
- 5) Suhu

Keputusan pembelian (Z) adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai.¹⁰ Indikator keputusan pembelian yang dapat diukur adalah :¹¹

- 1) Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk
- 2) Memutuskan membeli karena merek yang disukai

¹⁰ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: PT', Indek Kelompok Gramedia, 2007) hlm.167.

¹¹ Philip Kotler, Amstrong Garry, *Prinsip-prinsip pemasaran* (Jakarta : Erlangga, 2008), hlm 181

- 3) Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan
- 4) Membeli karena mendapat rekomendasi orang lain.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang lingkup penelitian ini adalah variabel *independen*, variabel *dependen*, dan variabel *intervening*

- a. Variabel independen atau variabel bebas yaitu Harga (X1), dan Citarasa (X2)
- b. Variabel dependen atau variabel terikat yaitu loyalitas konsumen (Y)
- c. Variabel Intervening atau variabel antara yaitu keputusan pembelian (Z)

2. Keterbatasan Penelitian

- a. Berkaitan dengan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini maka peneliti akan mengambil sampel sebanyak 110 responden konsumen Paguyuban “Sari Roso” Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar
- b. Penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh harga dan cita rasa terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian.
- c. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini dipaparkan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah yang dikaji, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tinjauan tentang loyalitas konsumen, tinjauan tentang keputusan pembelian, tinjauan tentang harga dan tinjauan tentang citarasa, serta penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Sumber Data, dan Variabel, Teknik Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran, serta Teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penelitian yang sudah didapatkan akan diuraikan, deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini dijabarkanlah mengenai temuan penelitian terhadap teori yang ada dan juga dari adanya penelitian terdahulu serta interpretasi yang ditemukan dilapangan.