

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

UMKM Sale Pisang “Mawar” merupakan UMKM yang bergerak di bidang usaha kuliner yang memproduksi makanan ringan berupa sale pisang. Beralamat di Dusun Gondangsari RT 002 RW 002, Desa Jabalsari, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung. Didirikan oleh Ibu Wiwik Suharti sejak tahun 2011 dan terus berkembang sampai sekarang. Sale Pisang Mawar merupakan salah satu dari beberapa UMKM yang ada di Desa Jabalsari yang dapat mempertahankan eksistensinya hingga kini karena sudah berhasil mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Produk Sale Pisang “Mawar” dapat ditemui di toko-toko atau *minimarket* dan *supermarket* di Tulungagung dan sekitarnya, atau bisa juga mendatangi langsung di tempat produksinya. Sale Pisang “Mawar” ini sudah dilengkapi dengan izin P-IRT, BPOM, Sertifikat Halal MUI, dan memiliki NPWP serta NIB sehingga sudah memenuhi prasyarat produksi dan produknya aman untuk dikonsumsi.<sup>2</sup>

Produk sale pisang yang dijual terdapat berbagai pilihan harga dan kemasan diantaranya harga Rp. 5.000 (125g) dan harga Rp. 8.500 (250g),

---

<sup>2</sup> Potensi UMKM, Kuliner Sale Pisang Desa Jabalsari. 22 Maret 2023. [jabalsari.tulungagungdaring.id](http://jabalsari.tulungagungdaring.id). <http://jabalsari.tulungagungdaring.id/2023/03/potensi-umkm-kuliner-sale-pisang-desa-jabalsari.html>. diakses 5 Desember 2023

terdapat juga kemasan berat 1 kg dengan harga Rp. 30.000 dan berat 2 kg dengan harga Rp. 60.000, akan tetapi 2 kemasan kiloan ini hanya tersedia di grosir dan harga yang ditetapkan juga hanya untuk grosir. Berikut gambar dari produk Sale Pisang “Mawar”.



**Gambar 1. 1**

**Produk Sale Pisang “Mawar”<sup>3</sup>**

Keunggulan produk yang dimiliki oleh Sale Pisang “Mawar” dibanding merek lainnya yaitu menggunakan pisang dan minyak goreng yang berkualitas, menggunakan bahan alami tanpa ada campuran bahan lain, produk tidak mudah rusak (awet), harga yang terjangkau, dan tahan lama dengan *expired* sampai 8 bulan.

---

<sup>3</sup> Hasil Dokumentasi Peneliti Tahun 2023

Semakin berkembangnya UMKM Sale Pisang “Mawar” maka pendapatan yang didapatkan juga terus meningkat, hal ini dibuktikan oleh data peningkatan pendapatan bersih dari 5 tahun terakhir 2018-2022 pada tabel berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Data Pendapatan Bersih UMKM Sale Pisang “Mawar”**  
**Tahun 2018-2022<sup>4</sup>**

<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan Bersih</b>
2018	Rp. 30.000.000
2019	Rp. 32.400.000
2020	Rp. 33.600.000
2021	Rp. 35.400.000
2022	Rp. 37.200.000

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan bahwa pendapatan bersih UMKM Sale Pisang “Mawar” mengalami peningkatan selama 5 tahun terakhir. Pendapatan bersih yang diperoleh pada tahun 2018 sebesar Rp. 30.000.000, pada tahun 2019 sebesar Rp. 32.400.000, pada tahun 2020 sebesar Rp. 33.600.000, pada tahun 2021 sebesar Rp. 35.400.000, pada tahun 2022 sebesar Rp. 37.200.000. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pendapatan bersih dari penjualan produk sale pisang di UMKM Sale Pisang “Mawar” dari tahun 2018-2022 selalu mengalami kenaikan. Meski pada tahun 2020 ada pandemi Covid-19, namun

---

<sup>4</sup> Hasil Wawancara Pemilik UMKM Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung Tahun 2023

pendapatan UMKM Sale Pisang “Mawar” tidak menurun dan tetap mengalami peningkatan yang stabil.

Alasan peneliti memutuskan untuk meneliti di UMKM Sale Pisang “Mawar” karena di antara beberapa UMKM yang ada di Desa Jabalsari, UMKM Sale Pisang “Mawar” menjadi salah satu potensi unggulan yang dimiliki Desa Jabalsari yang pemasaran produknya sudah berhasil sampai luar kota seperti Kediri dan Malang. Hal ini membuktikan bahwa produk Sale Pisang “Mawar” dapat bersaing dengan produk-produk lain maupun produk sejenis di pasaran dengan mampu mendapatkan *market* yang luas, minat dan kepuasan pelanggan yang terus meningkat. Dengan demikian penelitian ini perlu dilakukan agar dapat digunakan sebagai referensi atau pembelajaran bagi usaha-usaha sejenis supaya kepuasan pelanggannya juga mengalami peningkatan.

Sale pisang adalah makanan ringan yang familiar bagi masyarakat Tulungagung. Sudah banyak pelaku usaha yang memproduksi sale pisang, sehingga Sale Pisang “Mawar” memiliki banyak pesaing di kawasan Tulungagung. Seharusnya, dengan banyaknya pesaing dan sudah ada merek lain yang lebih dulu dikenal oleh masyarakat, usaha sale pisang yang didirikan cenderung sulit berkembang atau stagnan dan bahkan mengalami penurunan. Namun realitasnya, Sale Pisang “Mawar” tetap mampu bersaing dan bahkan mendapatkan laba yang terus meningkat tiap tahunnya. Dari pemaparan ini maka UMKM Sale Pisang “Mawar” layak untuk diteliti.

Keberhasilan penjualan Sale Pisang “Mawar” ditengah tingginya pesaing produk sejenis tidak lepas dari faktor kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian terdahulu, kepuasan pelanggan disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syaeful Anwar, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek.<sup>5</sup> Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang diberikan, harga yang terjangkau serta sesuai dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan oleh pelanggan, dan citra merek yang positif.

Berdasarkan uraian realitas di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji tentang pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada produk UMKM Sale Pisang “Mawar”. Harapannya, penelitian ini dapat digunakan sebagai pembelajaran bagi UMKM lain yang bergerak di bidang yang sama supaya memperhatikan kepuasan pelanggan dalam menawarkan produknya sehingga kepuasan pelanggannya juga dapat meningkat. Maka peneliti memutuskan untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung”**.

---

<sup>5</sup> Muhammad Syaeful Anwar, *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan*, (Jurnal Lentera Bisnis, Vol. 12 No. 3, 2023)., hal. 819, doi:<http://dx.doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.935>

## **B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah merupakan upaya untuk mendefinisikan masalah dan upaya tersebut dapat dijadikan langkah awal penelitian. Berdasarkan pada latar belakang di atas maka masalah-masalah yang diidentifikasi adalah:

1. Kepuasan pelanggan diduga dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek. Ketiga variabel tersebut perlu untuk lebih diperhatikan oleh pelaku usaha sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas sebuah produk sangat perlu diperhatikan sebagai upaya menumbuhkan kepuasan pelanggan. Apabila harapan pelanggan mengenai suatu produk sesuai, maka pelanggan akan merasa puas dan diikuti tindakan pembelian ulang produk tersebut.
3. Persepsi harga diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi pelanggan dalam membeli suatu produk. Kepuasan pelanggan akan tercipta apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan oleh pelanggan.
4. Citra merek diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Membangun citra merek yang baik penting bagi sebuah perusahaan, karena persepsi yang baik dari sebuah merek akan tertanam kuat di benak pelanggan dan akan menciptakan kepuasan pelanggan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti menetapkan rumusan masalah terkait dengan masalah yang diteliti. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung
2. Untuk mengkaji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung
3. Untuk mengkaji pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung

4. Untuk mengkaji pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung” adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat berfungsi untuk memberikan sumbangan ilmiah dan menambah khazanah ilmu pengetahuan pada mata kuliah perilaku konsumen dan manajemen pelanggan serta sebagai referensi penelitian-penelitian sejenis selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi pemilik UMKM Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung

Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan ulasan dan evaluasi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dari usaha Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung.

- b. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau pembelajaran bagi usaha-usaha sejenis supaya kepuasan pelanggannya juga meningkat.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini membahas identifikasi cakupan yang berpotensi muncul dalam penelitian, sehingga ruang lingkungnya dibatasi supaya tidak menyimpang dari tujuan penelitian yang akan dijelaskan dan menghasilkan pembahasan yang terarah yakni untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung. Sebagai upaya untuk menghindari perluasan masalah tersebut, dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini berfokus pada Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung.
- b. Objek penelitian difokuskan pada UMKM Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Penegasan Konseptual**

- a. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seorang pelanggan setelah membandingkan kinerja yang dia rasakan dari produk yang dibelinya dengan harapannya.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 87

b. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk, baik itu produk barang tau produk layanan jasa yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan pelanggan.<sup>7</sup>

c. Persepsi Harga

Harga merupakan hal yang dijadikan patokan oleh konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Konsumen akan melakukan perbandingan dan evaluasi harga sebelum membeli sebuah produk.<sup>8</sup>

d. Citra Merek

Citra merek adalah persepsi ataupun kesan yang muncul dibenak konsumen ketika melihat, mendengar, membaca bahkan menggunakan produk barang atau jasa.<sup>9</sup>

## 2. Penegasan Operasional

a. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang secara langsung terlibat dalam melakukan pembelian dan mempergunakan produk yang ditawarkan oleh UMKM Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung.

---

<sup>7</sup> Nurfitriani M.M, *Buku Ajar Bisnis dan Manajemen* (Makassar: Cendekia Publisher, 2021), hal. 263

<sup>8</sup> Zaenal Aripin dan M. Rizqi Padma, *Perilaku Bisnis : Etika Bisnis & Perilaku Konsumen* (Deepublish, 2021), hal. 93

<sup>9</sup> I Gusti Ayu Agung Mitha Saritha Dian Ajnya, et al., *Brand Ambassador, Citra Merek, dan Niat Beli: Konsep dan Aplikasi* (Cilacap: Media Pustaka Indo, 2023), hal. 32

Cara ukur dengan mengajukan kuosioner kepada responden. Alat ukur penelitian menggunakan skala likert dengan skor jenjang 1-4.

b. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah pengalaman konsumen terhadap produk UMKM Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung. Diukur dengan mutu produk yang meliputi daya tahan, reliabilitas, estetika dan kesan. Cara ukur dengan mengajukan kuosioner kepada responden. Alat ukur penelitian menggunakan skala likert dengan skor jenjang 1-4.

c. Persepsi Harga

Persepsi harga adalah pengalaman konsumen setelah membandingkan dengan produk sejenis mengenai harga yang ditetapkan oleh UMKM Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung. Cara ukur dengan mengajukan kuosioner kepada responden. Alat ukur penelitian menggunakan skala likert dengan skor jenjang 1-4.

d. Citra Merek

Citra merek adalah pengalaman atau persepsi konsumen terhadap merek produk UMKM Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung. Cara ukur dengan mengajukan kuosioner kepada responden. Alat ukur penelitian menggunakan skala likert dengan skor jenjang 1-4.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sebagai upaya dalam mempermudah penyusunan maupun pemahaman terhadap penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika penelitian sebagai berikut:

1. Bagian Awal, terdiri atas: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak.
2. Bagian Utama, terdiri atas:
  - a. Bab I Pendahuluan, terdiri: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian, penegasan istilah baik penegasan secara konseptual maupun operasional serta sistematika skripsi.
  - b. Bab II Landasan Teori, terdiri: teori yang membahas variabel atau sub variabel yang digunakan, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.
  - c. Bab III Metode Penelitian, terdiri: pendekatan dan jenis penelitian; populasi; sampling dan sampel penelitian; sumber data; variabel dan skala pengukuran; teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian; teknik analisis data.
  - d. Bab IV Hasil Penelitian, terdiri atas hasil penelitian (berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta temuan penelitian.

- e. Bab V Pembahasan. Berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.
  - f. Bab VI Penutup, terdiri: kesimpulan dan saran atau rekomendasi
3. Bagian Akhir, memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran untuk meningkatkan validitas isi tulisan, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.