

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini perekonomian mengalami krisis berkepanjangan. Hal ini mengakibatkan banyak perubahan pada seluruh kegiatan perekonomian. Kondisi ini semakin memprihatinkan dengan ditandai turunnya nilai rupiah terhadap dolar. Harga semua barang menjadi naik, dan menimbulkan daya beli masyarakat yang semakin menurun Pawenang Supawi (2016:62). Namun demikian masyarakat tetap kritis dan selektif dalam pemenuhan kebutuhan terhadap produk-produk yang dibelinya sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen, salah satunya adalah produk D'gina *Cake and Bakery*.

Konsumen dalam melakukan pembelian *Cake and Bakery* tidak hanya mempertimbangkan harga saja tetapi juga faktor-faktor lain, seperti : promosi di *social media marketing*, *brand image*, kualitas produk dan lokasi usaha. Oleh karena itu pemilik perusahaan D'gina *Cake and Bakery* di Kudus perlu mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Pada saat ini dengan semakin banyaknya perusahaan yang memproduksi barang yang sejenis mengakibatkan setiap perusahaan untuk semakin ketat bersaing dengan perusahaan lainnya atau paling tidak dapat bersaing dalam pasar yang sama dengan menetapkan dan menerapkan kebijakan tertentu.

Konsumen membeli sebuah produk sangat bergantung dari mana konsumen tau dan mendapatkan informasi tentang produk yang ditawarkan, seiring berkembangnya teknologi, salah satu strategi jitu dalam memasarkan

produk melalui *social media marketing* Gunawan, Sumantyo, & Ali (2023). *Social media marketing* merupakan proses pemasaran suatu produk melalui *social media* Helianthusonfri (2019). Penggunaan internet dan teknologi informasi ditujukan untuk memperluas dan meningkatkan fungsi *marketing* pada *social media*. Moriansyah (2015) menyatakan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut berbeda dengan penelitian Wahyudi & Parahiyanti (2021) di mana *social media marketing* berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain *social media marketing*, ada juga faktor lain yang menentukan kepuasan konsumen yaitu kualitas dari sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas produk merupakan suatu penilaian apakah produk yang diproduksi sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan Isoraite (2018). Kualitas produk menampilkan fungsi dan kegunaan dari produk, serta nilai-nilai yang lainnya. Suatu produk yang memiliki kualitas tinggi secara langsung dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai keinginan konsumen bahkan dapat melebihi apa yang diinginkan konsumen. Menurut Arfiani Bahar dan Herman Sjahrudin (2019) hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian sebelumnya menurut Ika Mariana Zulaikha (2019) hasil penelitian menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Sebuah kualitas produk atau layanan jasa tidak bisa terlepas dari sebuah *brand image*. Produk atau jasa mudah sekali ditiru, namun adanya sebuah *brand* yang memiliki *image* khusus akan terekam dalam benak konsumen sehingga tidak mudah ditiru. Image positif akan suatu *brand* menjadi salah satu tolak ukur penilaian konsumen dalam melihat sebuah produk atau layanan jasa, Untuk dapat memenangkan persaingan antar *brand*, para pengusaha perlu memberikan keunggulan kompetitif dan menawarkan kualitas yang bermutu yang dapat memberikan kenyamanan serta kepuasan kepada konsumen. Menurut Apriliani, Kartika, & Nadiya (2023) menyatakan bahwa *brand image* mempengaruhi kepuasan konsumen. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan Chao, et al (2015) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara *brand image* dengan kepuasan konsumen.

Selain faktor tersebut, faktor tempat atau lokasi juga merupakan variabel penting dalam melakukan suatu usaha. Menurut Usman (2017) lokasi adalah dimana pelaku usaha menentukan tempat usahanya. Pemilihan tempat menjadi faktor terpenting dalam menjalankan bisnis. Dua faktor dalam menentukan tempat usaha adalah lokasi yang strategis dan fasilitas yang mendukung seperti tempat parkir yang luas agar konsumen yang membawa kendaraan roda dua maupun roda empat dapat memarkir kendaraannya dengan bebas. Konsumen akan merasa puas bila keinginannya terpenuhi. Disimpulkan dari penelitian Fakhrudin (2019) bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan

menurut Izzuddin & Muhsin (2020) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi negatif atau tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Untuk mencapai keberhasilan dan kemajuan usahanya dalam memasarkan produknya bukanlah hal yang mudah dicapai, Memasarkan produk bukan hanya menjual saja, tetapi berusaha agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas. Tercapainya kepuasan konsumen dapat menciptakan hubungan yang berkesinambungan antara kedua belah pihak, dan untuk mencapai tujuan tersebut maka pemilik perusahaan D'gina *Cake and Bakery* di Kudus perlu mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau konsumennya.

Perusahaan D'gina *Cake and Bakery* di Kudus perlu memperhatikan keempat faktor diatas (*social media marketing, brand image, kualitas produk dan lokasi usaha*). Dengan promosi di beberapa *social media, brand image* yang cukup dikenal di masyarakat, didukung dengan kualitas produk yang baik serta lokasi usaha yang strategis maka semakin tinggi kepuasan konsumennya. Hal ini dapat mempengaruhi konsumen untuk mencoba dan membeli produk D'gina *Cake and Bakery* tersebut. Sehingga dengan *social media marketing, brand image, kualitas produk, dan lokasi usaha* yang dihasilkan perusahaan D'gina *Cake and Bakery* di Kudus dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya.

**Tabel 1.1**  
**Harga Menu D' gina *Cake and Bakery***

| <b>Menu</b>             | <b>Harga (Rp)</b> |
|-------------------------|-------------------|
| Bolu gulung moka        | 6.500             |
| Bolu gulung coklat      | 6.500             |
| Bolu gulung pandan keju | 6.500             |
| Kue sifon keju          | 6.000             |
| Brownies kukus coklat   | 6.000             |
| Cake oreo moka          | 6.000             |
| Cake lapis original     | 6.500             |
| Cake pisang             | 6.500             |
| Cake tape pandan        | 6.500             |
| Donat coklat meses      | 4.500             |
| Donat Keju              | 4.000             |
| Donat dustin            | 4.000             |
| Bolen Strawberry        | 5.000             |
| Bolen moka meses        | 5.000             |
| Roti tawar kulit        | 11.000            |
| Roti tawar taro         | 15.000            |
| Roti tawar susu         | 15.000            |
| Lumpia basah            | 7.000             |
| Lumpia Goreng           | 7.500             |
| Kroket kentang          | 8.000             |
| Roti Nanas              | 2.500             |
| Roti isi kacang hijau   | 2.500             |

**Sumber : D' gina *Cake and Bakery* (2022)**

**Tabel 1.2**  
**Data Pembeli D'gina *Cake and Bakery* (2022)**

| <b>Bulan</b> | <b>Jumlah</b> |
|--------------|---------------|
| Januari      | 250 orang     |
| Februari     | 150 orang     |
| Maret        | 300 orang     |
| April        | 70 orang      |
| Mei          | 75 orang      |
| Juni         | 80 orang      |
| Juli         | 80 orang      |
| Agustus      | 68 orang      |
| September    | 90 orang      |
| Oktober      | 80 orang      |
| November     | 60 orang      |
| Desember     | 50 orang      |

**Sumber : D' gina *Cake and Bakery* (2022)**

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa dari data jumlah penjualan mengalami penurunan setiap bulannya. jumlah produksi D'gina *cake* and *bakery* setiap bulan mengalami penurunan dibandingkan bulan-bulan sebelumnya.

Dengan mempelajari berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya, pemilik usaha D'gina *Cake* and *Bakery* di Kudus dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Oleh karena itu pengetahuan mengenai tingkah laku pembeli yang ada hubungannya dengan kepuasan konsumen sangat penting untuk membantu usaha pembeli dalam rangka merebut pangsa pasar dan meningkatkan omzet penjualannya.

Melihat begitu pentingnya perhatian perusahaan terhadap produknya melalui *social media marketing*, *brand image*, kualitas produk, dan lokasi usaha, maka dalam penelitian ini penulis tertarik mengambil judul “ Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada D'gina *Cake* And *Bakery* di Kudus”.



**Gambar 1.1**  
**D'gina *Cake* and *Bakery***

Sumber : Dokumen Pribadi (2023)

## 1.2 Ruang Lingkup

Mengingat begitu luasnya permasalahan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian produk *D'gina Cake and Bakery* di Kabupaten Kudus, maka untuk memudahkan dalam penyusunan penelitian ini penulis membatasi sebagai berikut ini :

- a. Objek dari penelitian ini adalah *D'gina Cake and Bakery* di Jl. R. Agil Kusumadya No. 97 A, Desa Jati Kulon, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Kode pos 59347, nomer telepon: (0291) 4251487.
- b. Responden yang diteliti adalah konsumen yang melakukan pembelian *D'gina Cake and Bakery* di Kudus.
- c. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen kepuasan konsumen (Y), dan variabel independen yaitu, *social media marketing* (X1), *brand image* (X2), kualitas produk (X3) dan lokasi usaha (X4).
- d. Penelitian dilakukan selama 2 bulan setelah sempro proposal disetujui.

## 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas , maka permasalahan yang dihadapi *D'gina Cake and Bakery* yaitu banyaknya persaingan toko kue yang sangat ketat di kota Kudus yang mengakibatkan konsumen dapat memilih untuk membeli di toko kue yang sesuai harapannya. Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa penjualan *D'gina* mengalami penurunan,

hal ini disebabkan karena D'gina tidak begitu aktif melakukan promosi di media sosialnya.

D'gina *Cake and Bakery* memiliki potensi pasar yang cukup besar karena terletak di lokasi yang strategis yaitu di Jl. R. Agil Kusumadya No. 97 A Jati Kulon Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59347. Lokasi D'gina juga dekat dengan RS. Mardi Rahayu, Pura barutama, dan Indomaret, akan tetapi akses parkir kurang luas sehingga pembeli merasa kurang puas dan kurang nyaman.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang didapat adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh *social media marketing* terhadap kepuasan konsumen D'gina *Cake and Bakery* di Kudus?
- b. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen D'gina *Cake and Bakery* di Kudus?
- c. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen D'gina *Cake and Bakery* di Kudus?
- d. Bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen D'gina *Cake and Bakery* di Kudus?
- e. Bagaimana pengaruh *social media marketing, brand image, kualitas produk, dan lokasi usaha* terhadap kepuasan konsumen D'gina *Cake and Bakery* di Kudus?



## 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian yang terbentuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis adanya pengaruh *social media marketing* terhadap kepuasan konsumen D'gina *Cake and Bakery* di Kudus.
- b. Untuk menganalisis adanya pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen D'gina *Cake and Bakery* di Kudus.
- c. Untuk menganalisis adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen D'gina *Cake and Bakery* di Kudus.
- d. Untuk menganalisis adanya pengaruh lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen D'gina *Cake and Bakery* di Kudus.
- e. Untuk menganalisis adanya pengaruh *social media marketing*, *brand image*, kualitas produk, dan lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen D'gina *Cake and Bakery* di Kudus.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan literatur dalam jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus mengenai pengaruh *social media marketing*, *brand image*, kualitas produk, dan lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen.

**b. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi untuk membantu manajemen D'gina *Cake and Bakery* dalam mengambil keputusan mengenai *social media marketing*, *brand image*, kualitas produk, dan lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen dalam usaha pemasaran D'gina *Cake and Bakery*.

