



BAB I

PENDAHULUAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia memiliki budaya konsumerisme yang cukup tinggi. Pada kenyataannya manusia tidak akan pernah merasa terpuaskan atas kebutuhan-kebutuhannya. Rasionalitas konsumsi dalam sistem masyarakat konsumen telah jauh berubah karena saat ini masyarakat membeli barang bukan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan namun lebih sebagai pemenuhan hasrat saja. Hal ini menguntungkan bagi produsen dan pelaku bisnis, terutama untuk benda-benda yang tidak memerlukan risiko yang tinggi dalam pembelian, seperti misalnya barang sehari-hari.

Benda-benda yang tidak memerlukan risiko dalam pembelian biasanya benda-benda dengan harga jual yang murah dan mudah diperoleh. Makanan ringan adalah salah satu contoh benda yang tidak memerlukan risiko dalam pembelian. Banyak jenis makanan ringan yang sering dikonsumsi masyarakat Indonesia, seperti gorengan, *snack*, cokelat, permen, kacang, keripik, kerupuk, dan lain lain. Makanan ringan inilah yang sering dijumpai dan mudah dicari.

Salah satu makanan ringan yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah cokelat. Semua kalangan mulai dari anak – anak hingga orang dewasa mengonsumsi cokelat. Cokelat adalah makanan atau minuman yang berasal dari hasil olahan biji kakao. Dengan bentuk, corak, dan rasa yang unik, cokelat sering digunakan sebagai ungkapan terima kasih, simpati, perhatian, bahkan sebagai pernyataan cinta.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Cokelat telah menjadi salah satu rasa yang paling populer, selain sebagai cokelat batangan yang paling umum dikonsumsi, cokelat juga menjadi bahan minuman hangat dan dingin, akan tetapi banyak masyarakat yang beranggapan bahwa mengkonsumsi cokelat dapat membuat berat badan semakin naik karena penumpukkan lemak yang dihasilkan dari mengkonsumsi cokelat. Ternyata anggapan itu tidak benar, mengkonsumsi cokelat memang dapat menghasilkan lemak jenuh namun lemak jenuh tersebut tidak berbahaya jika saat mengkonsumsi cokelat konsumen menyeimbangkannya dengan berolahraga yang cukup. Selain itu cokelat juga memiliki banyak manfaat, salah satunya makanan ringan yang bisa menahan lapar lebih lama dibandingkan kue, cokelat juga dapat dijadikan makanan pada saat diet. Menurut ahli gizi Walujo Soerjodibroto, selain cokelat terbukti cukup efektif untuk diet, kenikmatannya pasti sudah tidak diragukan lagi. Cokelat juga mengandung senyawa *polyphenol*, yakni sejenis antioksidan yang penting untuk kesehatan sehingga cokelat dapat melindungi jaringan tubuh dari radikal bebas dengan segala efek negatifnya seperti kanker, proses penuaan dini, dan lain-lain.
(Sumber : <http://health.liputan6.com>)

Salah satu cokelat yang terkenal dan merupakan merek lokal Indonesia adalah *SilverQueen*. Didirikan sejak tahun 1950, perusahaan ini beroperasi dibawah naungan PT Petra Food yang bermarkas di kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Slogannya “Ada *SilverQueen* Ada Santai”, ditunjukkan kepada konsumen mayoritas penggemar cokelat yaitu remaja dan produknya gampang dijumpai di Supermarket hingga toko kelontong kecil. (Sumber : <https://id.wikipedia.org>)

Produk-produk yang dikeluarkan *Silverqueen* yaitu *SilverQueen Bar Classic*, *SilverQueen Snack Rock'r*, *SilverQueen Dragees Bites*, *SilverQueen Premium Montes*,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



SilverQueen Bar ChunkyBar Cashew, dan *SilverQueen Premium O'nuts*. Banyaknya produk yang dikeluarkan oleh *SilverQueen* membuat perusahaan tersebut tetap menjaga setiap kualitas dari produk tersebut.

Namun, tingkat konsumerisme konsumen pada produk *SilverQueen* menurun. Menurut data pada laporan pendapatan per-*quarter*, pada *quarter* ke-4 tahun 2016 pendapatan sebesar US\$ 76,400,000 dan selanjutnya pada *quarter* pertama tahun 2017 pendapatan sebesar US\$ 64,700,000 dan pada *quarter* kedua tahun 2017 sebesar US\$ 76,400,000. Terdapat penurunan penjualan pada tahun 2017 dibandingkan pada tahun 2016. Tidak hanya pada *SilverQueen*, angka penjualan produk eceran di Indonesia memperlihatkan tren penurunan, setidaknya merujuk data Survei Penjualan Eceran (SPE) yang dilansir Bank Indonesia (BI). Hasil survei yang dirilis pada Desember 2016, misalnya, mendapati Indeks Penjualan Riil (IPR) pada Oktober 2016 merosot dibandingkan September 2016, yaitu menjadi 7,6 persen dari sebulan sebelumnya 10,7 persen. Indeks tersebut mengukur pertumbuhan penjualan eceran di masyarakat. (Sumber : <http://ekonomi.kompas.com>)

Hal ini berdampak pada loyalitas konsumen, menurut Kotler Keller (2016: 153) loyalitas adalah *“a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior.”* Yang berarti komitmen yang dipegang untuk membeli kembali atau berlangganan produk yang disukai atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan peralihan perilaku. Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas menurut Prasnah dan Catur dalam penelitian *“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Merek Samsung Galaxy Series (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)” menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen itu sendiri berasal dari kepuasan konsumen yang secara terus menerus. Sehingga membuat konsumen semakin tertarik dengan produk itu sendiri. Ada tiga dimensi kepuasan konsumen menurut Zeithmal dan Bitner yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. tiap dimensi. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Albertus dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)”, terbukti setiap variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Namun, beberapa kabar yang beredar bahwa produk dari *SilverQueen* itu mengandung cacing di dalam produknya. Pada situs Detik Food edisi 12 Desember 2013 yang berjudul “Kembali terjadi, ditemukan ulat dalam cokelat *SilverQueen Chunky Bar*”. Fidaus memberikan pernyataan tentang cokelat yang dibelinya di salah satu Supermarket dan masih terbungkus rapi itu terdapat cacing berbagai ukuran yang masih hidup dalam batangan cokelat *SilverQueen Chunky Bar*. Sehingga membuat dia sontak terkejut kemudian membuangnya dikarenakan merasakan jijik melihatnya. (Sumber : <https://food.detik.com>)

Tidak hanya satu kasus, kasus adanya cacing juga kembali terjadi pada situs hallo.net edisi 16 Februari 2016, Yulanika juga menemukan cacing dalam kemasan *SilverQueen* pemberian dari atasannya. Padahal produk *SilverQueen* tersebut masih layak dikonsumsi, karena masih jauh dari batas akhir konsumsi. Banyaknya kasus yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bermunculan membuat kualitas produk dari *SilverQueen* menjadi turun. (Sumber : <https://www.brilio.net>)

Tabel 1.1

Top brand index cokelat batangan *SilverQueen*

Tahun	TBI
2013	74,62%
2014	76,7%
2015	70,4%
2016	76,3%
2017	69,7%

Sumber : Top Brand Award

Citra merek yang diukur oleh *Top Brand Award* membuktikan bahwa citra merek dari *SilverQueen* menurun. Dari tabel 1.1 *SilverQueen* mengalami penurunan pada tahun 2017 yaitu hanya sebesar 69,7% yang sebelumnya 76,3%, penurunan sebesar 6,6% dari tahun sebelumnya. Sehingga terdapat beberapa faktor yang mengakibatkan penurunan pada penjualan produk cokelat *SilverQueen*.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Identifikasi Masalah

Ⓒ Berdasarkan Latar belakang masalah diatas maka dapat dikemukakan identifikasi masalah, sebagai berikut:

- 1 Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk *SilverQueen*?
- 2 Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen produk *SilverQueen*?
- 3 Bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen produk *SilverQueen*?
- 4 Apa penyebab penjualan produk *SilverQueen* menurun?
- 5 Bagaimana tingkat konsumerisme konsumen terhadap coklat *SilverQueen* ?

C. Batasan Masalah

Dengan adanya kendala dan batasan yang dihadapi, penelitian ini difokuskan pada aspek-aspek berikut ini:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk *SilverQueen*?
- 2 Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen produk *SilverQueen*?
- 3 Bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen produk *SilverQueen*?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



D. Batasan Penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini sebagai berikut:

- 1 Responden merupakan masyarakat Kelapa Gading, Jakarta Utara.
- 2 Responden merupakan konsumen yang mengenal dan pernah mengonsumsi produk *SilverQueen*.
- 3 Penelitian ini dilakukan pada November 2017.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Rumusan Masalah

Melihat permasalahan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “bagaimana peran kualitas produk, citra merek dan kepuasan konsumen dalam membangun loyalitas konsumen pada produk *SilverQueen* di Kelapa Gading ?”

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

- 1 Untuk mengetahui peran kualitas produk *SilverQueen* dalam membangun loyalitas konsumen.
- 2 Untuk mengetahui peran citra merek *SilverQueen* dalam membangun loyalitas konsumen.
- 3 Untuk mengetahui peran kepuasan konsumen *SilverQueen* dalam membangun loyalitas konsumen.



G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan untuk membawa manfaat bagi berbagai pihak yang membaca yaitu :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para perusahaan sebagai masukan tentang pengaruh kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen guna menyesuaikan strategi pemasaran di masa yang akan datang agar unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

2. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi tentang hal-hal yang mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kualitas produk dan kepuasan konsumen.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.