

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya akan sumber daya alam dan mempunyai ketersediaan lahan yang luas untuk menunjang kegiatan pertanian. Dari sekian banyaknya hasil pertanian yang ada di Indonesia, kelapa sawit merupakan salah satu hasil pertanian yang memberikan manfaat yang cukup besar dalam pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat Indonesia. Kelapa sawit bisa dimanfaatkan untuk membuat minyak goreng, margarin, sabun, kosmetika, dan lain-lain. Minyak goreng merupakan salah satu bahan makanan yang banyak digunakan untuk kehidupan sehari-hari. Minyak goreng digunakan sebagai media menggoreng yang bertujuan untuk menjadikan makanan gurih dan renyah, meningkatkan cita rasa, perbaikan tekstur dan pembawa rasa.

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan yang mengolah kelapa sawit menjadi minyak goreng, salah satunya adalah Grup Indofood dengan merek dagang minyak goreng “Bimoli” di bawah bendera PT. Salim Ivomas Pratama Tbk yang diproduksi sejak tahun 1970-an dengan slogan “Kesempurnaan Minyak Goreng”. Minyak goreng Bimoli berusaha menyajikan kualitas minyak terbaik dengan melakukan proses pengolahan enam tahap, mulai dari penghilangan getah, penjernihan warna minyak, penghilangan asam lemak bebas, pemurnian aroma, pembentukan fraksi

padat sampai pemisahan fraksi padat dan minyak. Termasuk juga mempunyai kandungan Omega 9 yang berfungsi menjaga kadar normal kolesterol. Minyak goreng Bimoli terus menjaga kualitas produknya agar mendapat kepercayaan dari masyarakat akan mutu dan kualitasnya. Minyak goreng Bimoli pernah meraih Platinum Best Brand Award untuk kategori minyak goreng. Penghargaan itu diberikan berdasarkan survey yang dilakukan oleh Majalah SWA Sembada dan MARS Marketing Research dengan melibatkan 4.100 responden di lima kota besar di Indonesia.¹

Perusahaan yang mampu memahami perilaku pembelian konsumen, mereka yang akan memenangkan persaingan. Perusahaan yang memahami keinginan dan kebutuhan konsumen akan lebih mengerti bagaimana melakukan strategi-strategi yang efektif agar melakukan pembelian dan selanjutnya melakukan pembelian ulang. Menurut Kotler, dalam persaingan perekonomian yang persaingannya maha hebat dengan banyaknya pembeli rasional, perusahaan hanya dapat menang dengan menciptakan dan memberikan nilai yang unggul. Dengan demikian perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya. Agar dapat memenuhi keinginan konsumen perusahaan harus memperhatikan kualitas produknya, agar dapat bersaing dengan produk perusahaan lain yang sejenis. Kualitas produk (baik barang, maupun jasa) berkontribusi besar pada kepuasan pelanggan, retensi pelanggan,

¹ M. Bukhori dan Tutik Ekasari, "Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Pada Ibu Rumah Tangga Desa Kebonagung Kecamatan Purworejo Kota Pasuruan", *Jibeka*, 2 (Februari, 2017), 11-12.

komunikasi gethok tular (*word-of-mouth communication*), pembelian ulang, *cross buying*, *up buying*, loyalitas pelanggan, pangsa pasar, dan profitabilitas. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang akan dijual, agar dapat memuaskan konsumen yang membelinya. Sehingga diharapkan konsumen akan kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan.²

Perkembangan bisnis retail dari tahun ke tahun semakin berkembang dengan di tandai meningkatnya jumlah *outlet* modern di Indonesia. Perusahaan pada dasarnya didirikan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Namun seiring berkembangnya keinginan konsumen serta kebutuhan pasar yang terus berubah, persaingan yang dihadapi perusahaan semakin ketat. Perusahaan sejenis berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan konsumennya dengan tujuan agar konsumen tidak berpindah ke perusahaan lain. Menurut Susanto dan Damayanti pelanggan tidak hanya berperan sebagai pembeli dari sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan, namun pelanggan juga berperan sebagai sumber penghasilan tetap apabila pelanggan melakukan pembelian yang berulang dan rutin, serta merekomendasikan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada teman, keluarga, maupun kerabatnya.³ Pengertian *retail* menurut Kotler adalah semua aktivitas yang dilakukan untuk menjual barang atau jasa kepada konsumen akhir bagi penggunaan pribadi dan bukan untuk

² Swasta, Basu & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), 148.

³ Susanto, H dan W. Damayanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen" dalam *Jurnal Psikologi*, 2008, (2) 1 : 21-28.

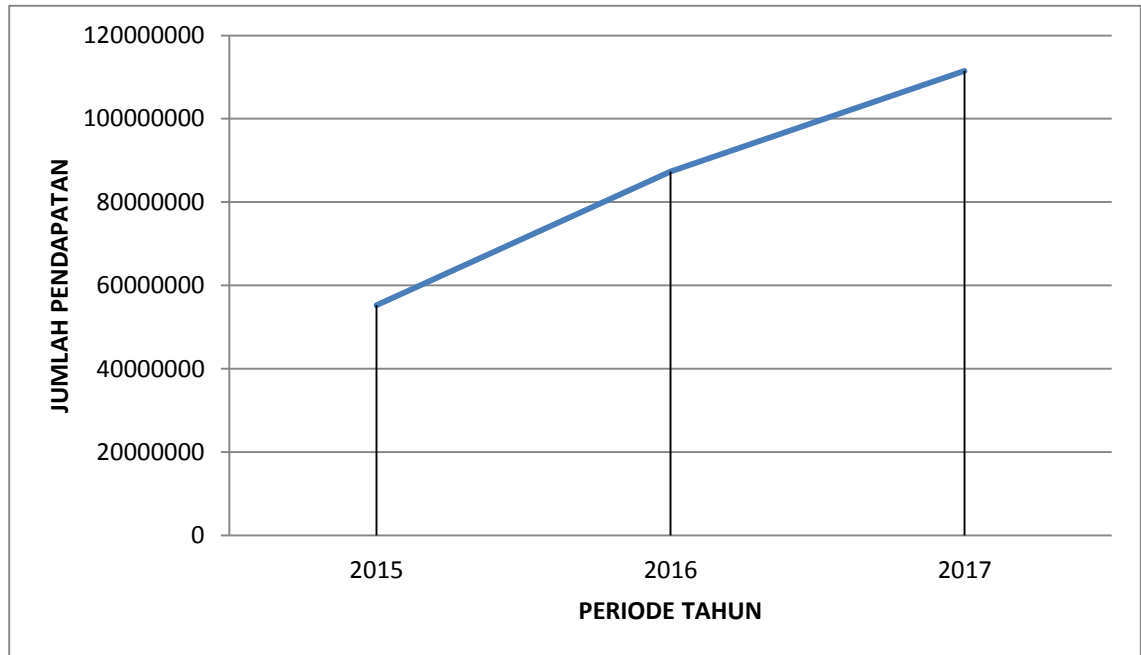
bisnis. Dimana untuk menarik pelanggan diperlukan kualitas produk yang baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari konsumen.⁴ Hal ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan *retail* menjadi sangat ketat karena setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya.

Alfamart Supersemar Kota Kediri yaitu salah satu toko retail yang menyediakan kebutuhan sehari-hari. Alfamart Supersemar Kota Kediri sudah beroperasi dari tahun 2012, tepatnya mulai 12 oktober 2012. Dan sudah memiliki beberapa konsumen yang menjadi konsumen setia. Semakin berkembangnya zaman mempengaruhi dalam memudahkan konsumen untuk berbelanja dan mengetahui adanya promo yg ada di Alfamart Supersemar dengan aplikasi pesan lintas platform yang menggunakan paket data internet yaitu *whatsapp messenger*. Pada pertengahan tahun 2017 karena permintaan konsumen dibuatlah sebuah grup di aplikasi *whatsapp messenger* tersebut agar konsumen dapat mudah mengetahui jika adanya promo dan produk baru apa saja yang berada di Alfamart Supersemar Kota Kediri.

Hasil pendapatan pada Alfamart Supersemar Kota Kediri bisa dilihat dari grafik berikut:

⁴ Kolter, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. (Jakarta: Pherallindo, 2000), 157.

GRAFIK 1.1
JUMLAH PENDAPATAN ALFAMART SUPERSEMAR
KOTA KEDIRI TAHUN 2015-2017



(Sumber: Pendapatan Alfamart Supersemar Kota Kediri)

Grafik 1.1 menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah pendapatan setiap tahunnya. Mulai dari tahun 2015 sebanyak Rp 55.273.671,- terus mengalami peningkatan sampai dengan akhir periode tahun 2017 pendapatan pada Alfamart Supersemar Kota Kediri mencapai Rp 111.491.952,- .

Berdasarkan data diatas penulis memilih Alfamart Supersemar Kota Kediri sebagai tempat penelitian karena dengan terus meningkatnya jumlah pendapatan tentunya terdapat beberapa hal yang mempengaruhinya. Seperti adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang ada pada Alfamart Supersemar Kota Kediri.

Alfamart Supersemar Kota Kediri telah dibentuk grup *whatsapp messenger* yang difungsikan untuk menampung aspirasi dari pada konsumen, tujuannya adalah agar terjalin komunikasi yang baik antar sesama konsumen. Grup juga digunakan untuk berbagi informasi saat diadakan promo, dan grup tersebut beranggotakan 88 orang member dari Alfamart Supersemar Kota Kediri.

Hasil Observasi penelitian pada konsumen Alfamart Supersemar Kota Kediri yang sudah terdaftar menjadi member yaitu sejumlah 315 orang. Dan dari konsumen tersebut banyak dari mereka yang selalu memilih produk minyak goreng untuk dibeli di Alfamart Supersemar Kota Kediri.

Tabel 1.1
Produk pada Alfamart Supersemar Kota Kediri

Nama Produk	Jumlah Konsumen
Tissue dan kapas	5
Sabun mandi	10
Sabun cuci	20
Sikat gigi	4
Pasta gigi	7
Shampo	3
Conditioner	4
Lulur	0
Produk kecantikan	9
Cotton bud	4
Parfum	10
Pengharum ruangan	5
Pembersih lantai	6
Batrai	0
Obat-obatan	0
Rokok	2
Alat tulis	1
Alat makan	0
Handuk	0

Masker kesehatan	4
Pakaian dalam pria dan wanita	9
Payung	0
Popok dan pembalut	17
Makanan dan snack	27
Minuman	18
Minyak Goreng	125
Kecap dan saos	21
Bumbu masakan	4

Sumber : Data Hasil Observasi (2018)

Berdasarkan observasi awal peneliti, minyak goreng Bimoli menduduki posisi pertama atas produk minyak goreng yang banyak digunakan oleh konsumen Alfamart Supersemar Kota Kediri. Hal ini terdapat pada data berikut.

Tabel 1.2
Jumlah Konsumen Alfamart Supersemar Kota Kediri dalam Memilih Merk Minyak Goreng

Merk	Jumlah Konsumen
	125
Alfamart minyak goreng	2
Barco	0
Bimoli	76
Delima	0
Filma	9
Fonta	1
Fortune	11
Forvita	0
Kunci mas	5
Sania	4
Sunco	10

Sovia	0
Tropical	7

Sumber: Data hasil Observasi (2018)

Tabel 1.2 menjelaskan bahwa dari total 125 konsumen Alfamart Supersemar Kota Kediri, yang menggunakan minyak goreng Bimoli lebih tinggi di banding minyak goreng lain, yaitu 76 konsumen. Sedangkan sisanya menggunakan minyak goreng Bimoli Spesial sebanyak 16 konsumen, Fortune 11 konsumen, Sunco 10 konsumen, Filma 9 konsumen, Tropical 7 konsumen, Kunci mas 5 konsumen, Sania 4 konsumen, Alfamart minyak goreng 2 konsumen, Fonta 1 konsumen, Barco 0 konsumen, Sovia 0 konsumen, Delima 0 konsumen, dan Forvita 0 konsumen. Dari 76 konsumen yang telah melakukan pembelian minyak goreng Bimoli secara berulang-ulang, yang paling banyak dibeli yaitu minyak goreng bimoli yang berukuran 2 liter.

Rambat Lupiyoadi menjelaskan bahwa dengan melihat berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, ada 5 faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan Konsumen yakni Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosi, Harga, dan Biaya.⁵ Dan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk menduduki posisi pertama atas sebab konsumen merasa puas membeli produk minyak goreng Bimoli pada Alfamart Supersemar Kota Kediri. Observasi awal yang peneliti lakukan terhadap 40 orang konsumen pengguna minyak goreng Bimoli, yaitu terdapat pada data berikut.

⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran dan Jasa* (Jakarta: Salemba, 2006), 102.

Tabel 1.3
Hasil Observasi Awal

Indikator faktor kepuasan konsumen	Jumlah
Kualitas Produk	29
Kualitas Pelayanan	0
Emosi	4
Harga	7
Biaya	0
Total	40

Sumber: Data diolah (2018)

Tabel 1.3 menjelaskan bahwa dari total 40 konsumen Alfamart Supersemar Kota Kediri, ada 29 konsumen yang melakukan pembelian dikarenakan kualitas produk Bimoli, 7 dikarenakan harga, 4 dikarena emosi, 0 dikarenakan kualitas pelayanan, dan 0 dikarenakan biaya.

Kualitas produk merupakan faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller mendefinisikan kualitas produk adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan.⁶ Kualitas menjadi salah satu kunci sukses dari sebuah bisnis. Menurut *Al Quran* produk yang berkualitas adalah produk yang halal dan baik (bagus, indah, bersih, tidak cacat isi maupun kemasannya, tidak mengandung borax, formalin, bahan kimia dan lain sebagainya yang tidak membahayakan nyawa dan kesehatan, belum

⁶ Philip, Kotler, dan K.L. Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, (Jakarta: Erlangga, 2009), 143.

kadaluarsa, lezat, bergizi, kuat, tahan lama/hemat pemakaian, unggul) sebagaimana diterangkan sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (QS Al-Baqarah : 168).⁷

Kepuasan Konsumen merupakan suatu perasaan baik senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh, perasaan puas ataupun perasaan senang yang sangat tinggi dapat menciptakan emosional dengan perusahaan yang bersangkutan dan pelanggan yang puas juga lebih sukar untuk mengubah pilihan yang diinginkannya.⁸

Perusahaan yang mengutamakan kualitas produk yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.⁹ Kualitas produk sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan konsumen dan memberikan

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, (Semarang: Kumudasmoro Grafindo, 1994), 98.

⁸ Philip, Kolter, dan K.L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2006), 236.

⁹ William Liecardo, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Kesetiaan Pelanggan Fashion Crispyduck Pada Toko Skate Element Medan*, (Medan : Universitas Sumatra Utara, 2017), 9. Skripsi.

harapan lebih dari sebaliknya. Dengan adanya kualitas produk minyak goreng Bimoli yang telah diberikan kepada konsumen, secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terjadi. Alfamart Supersemar melakukan penjualan produk yang baik, dan kualitas sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk rekomendasi gethok tular positif yang menguntungkan bagi perusahaan.¹⁰

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti sikap konsumen yang dilakukan dalam toko dan pengaruhnya terhadap perilaku pembelian, maka peneliti tertarik untuk membahasnya lebih jauh dan mengangkatnya dalam bentuk skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Minyak Goreng Bimoli (Studi pada Alfamart Supersemar Kota Kediri)”.

¹⁰ Philip, Kolter, dan K.L. Keller, *Strategi Pemasaran Edisi 4*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015), 78.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk minyak goreng Bimoli pada Alfamart Supersemar Kota Kediri?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pengguna minyak goreng Bimoli pada Alfamart Supersemar Kota Kediri?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna minyak goreng Bimoli pada Alfamart Supersemar Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk minyak goreng Bimoli pada Alfamart Supersemar Kota Kediri
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pengguna minyak goreng Bimoli pada Alfamart Supersemar Kota Kediri
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna minyak goreng Bimoli pada Alfamart Supersemar Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi segi teoritis maupun praktisnya sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang meningkatkan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen yang mana masih memerlukan kajian untuk mencapai tahap kesempurnaan. Serta diharapkan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna minyak goreng Bimoli pada Alfamart Supersemar Kota Kediri.

2. Secara praktis

a. Bagi peneliti

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah. Serta sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang didapatkan selama berada di bangku perkuliahan.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk menambah pengetahuan dan juga dapat menjadi bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa dengan penelitian ini.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus di uji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis di anggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.¹¹

Adapun hipotesis yang dapat di bentuk dalam penelitian ini adalah:

1. H_a : Hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel x dan variabel y, atau adanya perbedaan antara dua kelompok.¹² Yaitu ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna minyak Bimoli pada Alfamart Supersemar Kota Kediri.
2. H_0 : Hipotesis nol (H_0) atau hipotesis nihil yang menyatakan tidak adanya pengaruh antara variabel x dan variabel y.¹³ Yaitu tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna minyak Bimoli pada Alfamart Supersemar Kota Kediri.

F. Penegasan Istilah

1. Kualitas Produk

Menurut Kotler & Amstrong kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas memiliki dampak langsung

¹¹ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 21.

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 66.

¹³ *Ibid.*, 67.

pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.¹⁴

2. Kepuasan Konsumen

Menurut Day dalam buku *Total Quality Manajemen* menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.¹⁵

G. Telaah Pustaka

Terdapat beberapa penelitian mengenai kualitas produk diantaranya:

- a. Penelitian oleh DESSICA DINAR SARI (2016) Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen *Sim Card* Gsm Prabayar Xl Di Kota Yogyakarta)”. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen *Sim Card* GSM Prabayar XL Yogyakarta. Hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 43,312 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

¹⁴ William Liecardo, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Kesetiaan Pelanggan Fashion Crispyduck Pada Toko Skate Element Medan*, (Medan : Universitas Sumatra Utara, 2017), 9. Skripsi.

¹⁵ Fandy Tjiptono. Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen*, (Yogyakarta: Andy, 2003), 102.

- b. Penelitian oleh LINDA PUSPITASARI (2016) IAIN Purwokerto yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal “Ss” Purwokerto)”. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa data-data yang telah memenuhi uji validitas, reliabilitas, dan regresi linier berganda diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = -2,846 + 0,110X_1 + 0,267X_2$. Semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji t dan uji F.
- c. Penelitian oleh KARTIKA NUR RAHMAWATI (2017) Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Bangsawan Klaten”. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan (32.10%) terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan (32.70%) terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten. Kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan (64.80%) terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu sama mengkaji tentang pengaruh kualitas produk. Sedangkan perbedaanya yaitu terletak pada variabel X dan lokasi penelitiannya. Penelitian ini menggunakan 1

(satu) variabel X yaitu kualitas produk (X). Dan untuk lokasi penelitian sebelumnya di Konsumen *Sim Card* Gsm Prabayar Xl Di Kota Yogyakarta, di Waroeng Spesial Sambal “Ss” Purwokert, dan pada Kedai Bangsawan Klaten. Sedangkan lokasi penelitian ini di Alfamart Supersemar Kota Kediri.