

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dodol adalah camilan manis dari Indonesia. Cara membuat dodol kelas atas membutuhkan waktu yang cukup lama dan membutuhkan kemampuan yang luar biasa. Bahan dasar pembuatan dodol adalah santan, tepung ketan, gula pasir, gula pasir berwarna, dan garam. Bahan tambahan dalam dodol menentukan rasanya. Dodol merupakan makanan konvensional yang sangat terkenal di beberapa tempat di Indonesia. Dodol dicirikan menjadi dua, yaitu dodol yang dibuat dari hasil bumi yang diolah dari tepung terigu, antara lain tepung beras dan tepung ketan. Saat ini dodol lebih dikenal dengan nama daerah asal misalnya dodol garut, dodol keramat atau jenang berkah, dan dodol yang berasal dari desa Penglatan yaitu dodol Penglatan.

Desa penglatan adalah desa yang terkenal akan UMKM yang bergerak dalam pangsa pasar jajanan tradisionalnya, mulai dari dodol, iwel, gipang, dan blayag. Diantara jajanan tradisionalnya khas Desa Penglatan, dodol adalah jajanan yang sangat terkenal dipasaran. Hal ini dapat dilihat dalam pendistribusian dodol ke berbagai daerah di Bali, apalagi jika terdapat hari raya umat hindu, pendistribusian dan produktivitas dodol mencapai ratusan kilo gram. Salah satu ciri khas dan daya tarik dari dodol penglatan adalah rasa yang manis dan gurih dilidah, dan juga cara pengemasan dodol penglatan ini menggunakan bahan dari kulit jagung yang kering. Yang paling diminati

dari dodol penglatan adalah kualitas yang terjamin karena terbuat dari bahan baku yang alami tanpa campuran bahan kimia dan pengawet buatan sehingga aman untuk dikonsumsi..

Mayoritas dari penduduk Desa Penglatan memiliki home industry dodol, dan menjadikan usaha dodol sebagai mata pencarian dari penduduk Desa Penglatan. Dalam pembuatan dodol di Desa Penglatan, setiap rumah produksi membentuk kelompok yang terdiri dari 6 sampai dengan 10 orang perkelompok usaha dodol. Adapun jumlah produksi dari setiap kelompok produksi dodol di desa penglatan seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan Dodol pada UMKM Dodol Desa Penglatan
Periode Juli s/d Desember 2022

Bulan	Nama kelompok Pembuat Dodol					Total
	Dodol Guna Rasa	Dodol Melly	Toko Mawar	Luh Astini	Dodol Bu Wardi	
Juli	320 kg Rp.9,6 juta	290 kg Rp. 8,7 juta	325 kg Rp. 9,750 juta	270 kg Rp. 8,1 juta	310 kg Rp. 9,3 juta	1.515 kg Rp. 45,450 juta
Agustus	210 kg Rp. 6,3 juta	225 kg Rp. 6,750 juta	230 kg Rp. 6,9 juta	210 kg Rp. 6,3 juta	215 kg 6,450 juta	1.090 kg 32,7 juta
September	210 kg Rp. 6,3 juta	190 kg Rp. 5,7 juta	215 kg Rp. 6,450 juta	180 kg Rp. 5,4 juta	185kg Rp. 5,550 juta	950 kg Rp. 28,5 juta
Oktober	150 kg Rp. 4,5 juta	165 kg Rp. 4,950 juta	190kg Rp. 5,7 juta	140kg Rp. 4,2 juta	170kg Rp. 5,1 juta	815kg Rp. 24,450 juta
Nopember	290 kg Rp. 8,7 juta	250 kg Rp. 7,5 juta	315kg Rp. 9,450 juta	240kg Rp. 7,2 juta	275kg Rp. 8,250 juta	1.370kg Rp. 41,1 juta
Desember	170 kg Rp. 5,1 juta	195 kg Rp. 5,850 juta	210kg Rp. 6,3 juta	170kg Rp. 5,1 juta	190 kg Rp. 5,7 juta	935 kg Rp. 28,050 juta

Pada bulan juli total produksinya sebanyak 1.515kg, pada bulan Agustus menurun menjadi 1.090kg, dan pada bulan agustus juga mengalami penurunan menjadi 950kg, pada bulan Oktober mengalami penurunan menjadi 815kg, kemudian meningkat pada bulan November menjadi 1.370kg, kemudian menurun pada bulan Desember menjadi 935kg. Jumlah produksi dodol di desa Penglatan mengalami fluktuasi atau naik

turun yang disebabkan oleh tingkat keputusan pembelian konsumen yang cenderung selalu berubah - rubah sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan kepada 10 orang konsumen Dodol Penglatan yang pernah membeli dan mengonsumsi Dodol Penglatan Lebih dari 3 kali menyatakan bahwa kualitas produk Dodol Penglatan sangat baik. Selain itu Dodol penglatan mempunyai citra merek yang bagus karena konsumen akan selalu mengingat nama Dodol Penglatan jika ingin membeli dodol. Maka dari itu 10 orang konsumen memutuskan untuk membeli dodol di Dodol Penglatan karena Dodol penglatan mempunyai ciri khas rasa yang manis, gurih, di lidah dan juga tekstur yang lembut, selain itu Dodol Penglatan dibuat dari bahan alami tanpa pengawet buatan sehingga aman untuk dikonsumsi.

Kotler dan Keller (2007) keputusan pembelian dipengaruhi oleh keyakinan konsumen terhadap produk dan mereknya. Keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk yang ditawarkan oleh penjual (Indrasari, 2019). Untuk mengetahui seberapa besar tingkat keputusan pembelian Dodol Penglatan maka dilakukan observasi awal terhadap 10 responden. Menurut Kotler terdapat empat indikator keputusan pembelian yaitu kemantapan suatu produk (Y_1), kebiasaan dalam membeli produk (Y_2), Memberi rekomendasi pada orang lain (Y_3), dan melakukan pembelian ulang (Y_4). Berikut hasil kuesioner awal tentang variabel keputusan Pembelian terhadap 10 responden pada Tabel lampiran 2.1

Dilihat dari Table Lampiran 2.1 tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap Dodol Penglatan tergolong sangat tinggi. Indikator member rekomendasi

kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang memiliki pengaruh terbesar terhadap tingkat keputusan pembelian Dodol Pnglatan. Menurut Muliasari (2019) keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Oktavenia dan Ardani (2019) menyatakan bahwa kualitas produk dan citra merek menjadi faktor terpenting konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Amron (2018) menyatakan bahwa keputusan pembelian terjadi karena kepercayaan terhadap merek, kualitas produk, citra merek dan harga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada kualitas produk dan citra merek yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena hasil penelitian Oktavenia dan Ardani (2019) menyatakan bahwa faktor terpenting dalam keputusan pembelian adalah kualitas produk dan citra merek.

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya yang meliputi ketangguhan, ketelitian, keandalan, mudah dalam pengoperasiannya dan lain-lain (Kotler dan Armstrong, 2008). Menurut Daga (2017) kualitas produk yang baik akan menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Jika menginginkan keputusan pembelian meningkat maka kualitas produk juga perlu ditingkatkan. Kualitas produk pada dodol pnglatan sudah sangat baik dapat dilihat dari rasanya yang manis dan gurih dilidah, dan juga cara pengemasan dodol pnglatan ini menggunakan bahan dari kulit jagung yang kering selain itu terbuat dari bahan baku yang alami tanpa campuran bahan kimia dan pengawet buatan sehingga aman untuk dikonsumsi. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas produk Dodol Pnglatan maka dilakukan observasi awal terhadap 10 responden. Menurut Tjiptono

terdapat empat indikator kualitas produk yaitu Keandalan (X_1), Estetika (X_2), dan kesesuaian dengan spesifikasi (X_3). Berikut hasil observasi awal tentang variable kualitas produk terhadap 10 responden pada Tabel lampiran 2.2

Dilihat dari table lampiran 2.2 menunjukkan bahwa penilaian konseumen terhadap kualitas produk Dodol Penglatan sangat tinggi. Indikator Estetika memberi pengaruh terbesar terhadap kualitas produk Dodol Penglatan. Chaerudin dan Syafarudin (2021) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Magdalena dan Winardi (2020) dan Ilham,dkk (2020), juga menyatakan hal yang sama. Sementara Laila dan Sudarwanto (2018) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Farisi (2018) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dodol penglatan mampu menguasai pangsa pasar walaupun banyak bermunculnya pesaing-pesaing. Dodol penglatan mampu membangun kesadaran merek (*brand awareness*) bagi konsumennya. *Brand awareness* adalah persentase pelanggan yang mengetahui dan mengingat suatu merek, sehingga merek tersebut akan selalu diingat, diperhatikan dan dipercaya oleh konsumen (Firmansyah, 2019). Hingga saat ini merek dodol penglatan masih menjadi merek yang melekat dibenak konsumen. Hal ini terjadi karena dodol penglatan mempunyai citra merek yang bagus.

Citra merek adalah suatu persepsi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu (Firmansyah, 2019:60). Asosiasi merek dapat membantu konsumen mengingat kembali informasi yang berkaitan dengan suatu

produk, khususnya selama proses pembuatan keputusan untuk melakukan pembelian. Menurut Ratri terdapat tiga indikator citra merek yaitu atribut produk ($X_{2.1}$), keuntungan konsumen ($X_{2.2}$), dan kepribadian merek ($X_{2.3}$). Berikut Merupakan hasil observasi awal terhadap variabel citra merek Dodol Penglatan terhadap 10 responden pada Tabel Lampiran 2.3.

Dilihat dari Table Lampiran 2.3 citra merek Dodol Penglatan tergolong sangat tinggi. Indikator atribut produk member pengaruh terbesar citra merek. Citra yang baik pada suatu merek akan menciptakan kesan yang baik di benak konsumen sehingga konsumen tidak ragu untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Miswanto (2020) yang menyatakan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Wulandari dan Iskandar (2018) juga menyatakan hal yang sama yaitu citra merek memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun hal tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdjul,dkk (2018) yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah penelitian diatas maka dapat diajukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian Dodol Penglatan di Kabupaten Buleleng”**.

1.2 Identifikasi Masalah

- 1) Terjadi fluktuasi jumlah penjualan Dodol Penglatan pada bulan Juni s/d November 2022
- 2) Tingkat keputusan pembelian konsumen cenderung berubah – rubah sesuai dengan kebutuhan konsumen

- 3) Adanya hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten seperti yang sudah diuraikan pada latar belakang.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis hanya akan memfokuskan pada permasalahan berkaitan dengan variabel kualitas produk, dan citra merek serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada Dodol Penglatan di Kabupaten Buleleng.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, identifikasi dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Dodol Penglatan di Kabupaten Buleleng ?
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Dodol Penglatan di Kabupaten Buleleng ?
- 3) Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Dodol Penglatan di Kabupaten Buleleng ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah memperoleh temuan teruji tentang hal-hal sebagai berikut :

- 1) Menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Dodol Penglatan di Kabupaten Buleleng.

- 2) Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Dodol Penglatan di Kabupaten Buleleng.
- 3) Menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Dodol Penglatan di Kabupaten Buleleng.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran yang terkait dengan kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian.

- 2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen Dodol Penglatan di Kabupaten Buleleng dalam menentukan kebijakan melalui informasi yang didapat dalam penelitian ini, khususnya mengenai kualitas produk, citra merek dalam meningkatkan keputusan pembelian.

