

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung dikenal dengan salah satu julukan kota kuliner karena banyak sekali berbagai macam kuliner yang ada di Bandung. Mulai dari *street food* yang sangat beragam, makanan khas daerahnya, dan masih banyak berbagai kuliner di Bandung. Terdapat beraneka ragam kuliner yang ada di Bandung, *bakery* pun menjadi salah satu jenis yang digemari penduduk Kota Bandung maupun dari luar kota. Banyaknya *bakery* yang bervariasi membuat tak heran jika banyak sekali orang yang berkunjung ke Bandung hanya untuk menikmati kuliner di sini.

Holland Bakery adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang bergerak di bidang *bakery* yang sudah ada sejak tahun 1978. Holland Bakery awalnya berdiri di Kota Jakarta dan membuka banyak cabang ke kota-kota lainnya. Kota Bandung termasuk salah satu Kota yang didirikan cabang Holland Bakery. Didirikannya Holland Bakery di Kota Bandung menjadikan Holland Bakery harus bersaing dengan para kompetitor yang ada di Kota Bandung.

Persaingan industri *bakery* di Kota Bandung tiap waktu semakin meningkat, karena banyak sekali perusahaan *bakery* yang melakukan berbagai macam inovasi seperti Mako Bakery dan Garmelia Bakery yang sudah membuka *one stop shop* mereka sendiri dan juga tidak sedikit perusahaan *bakery* yang bermunculan seperti Macan Bakery dan Khoe Pek Goan. Holland Bakery pun melakukan inovasi dengan meningkatkan kualitas produknya agar meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga

pelanggannya tidak beralih ke kompetitor. Melihat meningkatnya persaingan di industri *bakery* mengakibatkan setiap perusahaan diharuskan melakukan inovasi agar tidak tertinggal oleh para kompetitornya.

Meningkatnya persaingan industri *bakery* di Kota Bandung memiliki beberapa faktor penunjang. Salah satunya adalah kualitas produk, yang menjadi faktor signifikan dalam membedakan antara berbagai penawaran di pasar. Saat ini konsumen sangat memperhatikan kualitas produk. Konsumen tentunya ingin kualitas terbaik pada produk yang dibelinya. Namun, belakangan ini, Holland Bakery Ciwastra menghadapi masalah yang mengkhawatirkan yaitu penurunan kualitas produk yang disertai dengan peningkatan jumlah keluhan.

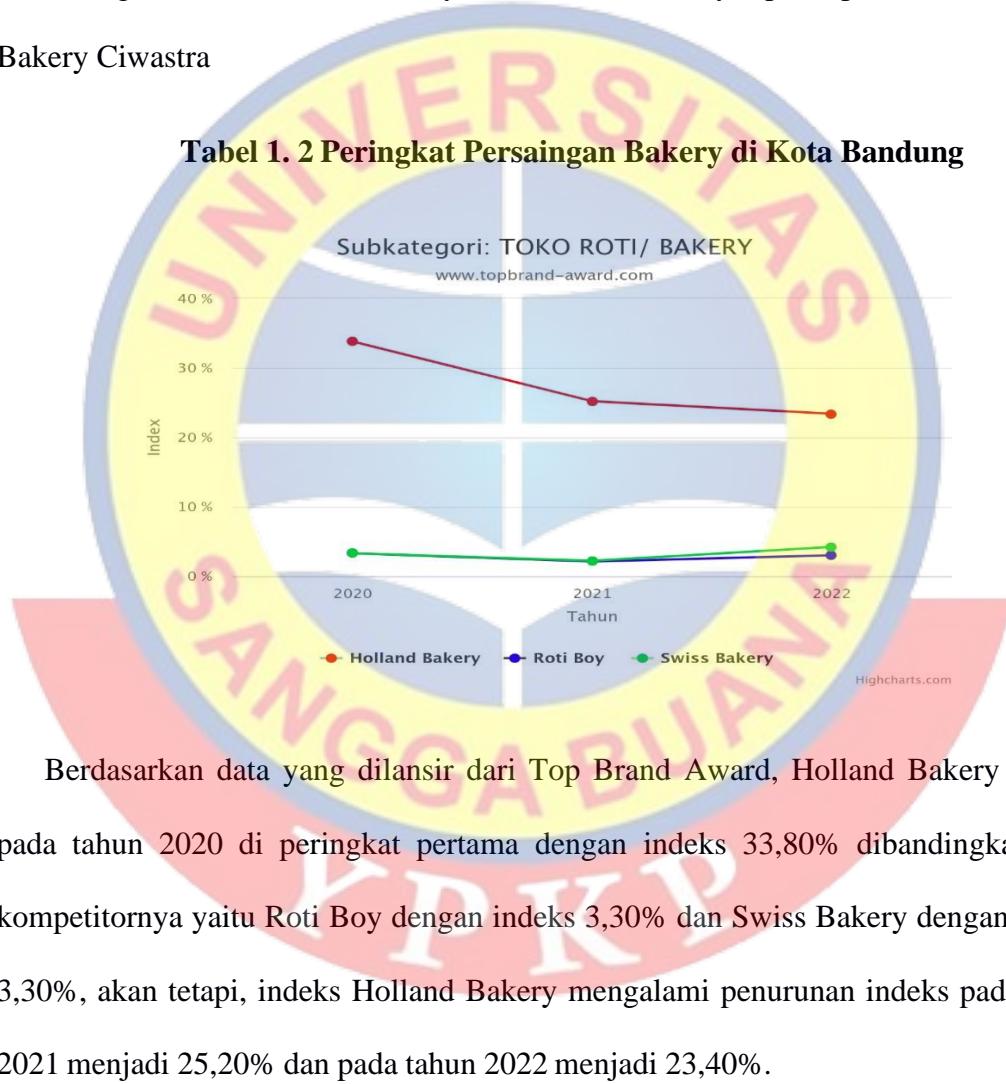
Tabel 1. 1 Jumlah Keluhan Pelanggan Holland Bakery Ciwastra Tahun 2023

Bulan	Jumlah Keluhan
Januari	2
Februari	6
Maret	5
April	13
Mei	17
Juni	13
Juli	16
Agustus	18
September	21
Oktober	19
November	14
Desember	11

Sumber: Holland Bakery Ciwastra

Keluhan yang terjadi ini adalah keluhan yang meliputi kualitas produk seperti *freshness* produk yang didapat oleh pelanggan tidak baik, keragaman produk yang ada tidak banyak dan juga tampilan produk yang kurang menarik. Masalah ini berpotensi merusak reputasi perusahaan dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan dan akan menyebabkan menurunnya pendapatan dari Holland Bakery Ciwastra

Tabel 1. 2 Peringkat Persaingan Bakery di Kota Bandung



Berdasarkan data yang dilansir dari Top Brand Award, Holland Bakery unggul pada tahun 2020 di peringkat pertama dengan indeks 33,80% dibandingkan para kompetitornya yaitu Roti Boy dengan indeks 3,30% dan Swiss Bakery dengan indeks 3,30%, akan tetapi, indeks Holland Bakery mengalami penurunan indeks pada tahun 2021 menjadi 25,20% dan pada tahun 2022 menjadi 23,40%.

Menurunnya peringkat Holland Bakery ini juga berpengaruh terhadap jumlah pelanggan loyal yang datang ke Holland Bakery Ciwastra, jumlah pelanggan loyal

yang datang mengalami perubahan. Berikut adalah jumlah pelanggan loyal pada Holland Bakery Ciwastra tahun 2023:

Bulan	Jumlah pelanggan loyal
Januari	137
Februari	120
Maret	141
April	128
Mei	133
Juni	125
Juli	115
Agustus	124
September	130
Oktober	122
November	117
Desember	105

Sumber : Holland Bakery Ciwastra

Jumlah pelanggan loyal yang datang ke Holland Bakery Ciwastra pada tahun 2023 menurun secara signifikan, pada bulan Januari terdapat 137 pelanggan loyal dan pada bulan Desember hanya tinggal 105 pelanggan loyal yang datang ke Holland Bakery Ciwastra.

Menurunnya jumlah pelanggan loyal pada Holland Bakery ini juga berpengaruh terhadap pendapatan yang didapatkan Holland Bakery Ciwastra, pendapatan yang didapat mengalami perubahan. Berikut adalah pendapatan Holland Bakery Ciwastra pada tahun 2023:

Tabel 1. 3 Pendapatan Holland Bakery Ciwastra tahun 2023

Bulan	Omset	Perbedaan
Januari	197.306.400	
Februari	192.214.900	-0,025%
Maret	232.123.500	+20%
April	302.471.300	+30%
Mei	264.342.700	-12%
Juni	246.387.000	-0,6%
Juli	215.268.400	-12%
Agustus	203.637.900	-0,5%
September	200.462.600	-0,15%
Oktober	187.019.200	-6,7%
November	185.250.400	-0,9%
Desember	239.190.100	+28%

Sumber : Holland Bakery Ciwastra

Berdasarkan tabel di atas, omset Holland Bakery Ciwastra mengalami kenaikan dan juga penurunan setiap bulannya. Pada bulan Mei 2023 sampai dengan November 2023 omset Holland Bakery Ciwastra turun cukup drastis. Hal ini dapat disebabkan oleh tingkat loyalitas pelanggan pada Holland Bakery yang menurun sehingga pendapatan pun mengalami penurunan.

Penurunan pendapatan yang dapat disebabkan karena loyalitas pelanggan yang menurun ini mengakibatkan pelanggan memilih berbelanja di kompetitor lain dan mengurangi pendapatan Holland Bakery. Loyalitas pelanggan menurut Ronaa dan Farida (2023: 187) merupakan kecenderungan pembelian sesuatu oleh pelanggan, baik

produk maupun jasa yang bersifat konsisten. Tentunya pembelian ini berulang terhadap suatu perusahaan yang sama.

Tabel 1. 4 Pra Survei Loyalitas Pelanggan

Dimensi	Pertanyaan	Jawaban				
		Setuju		Tidak Setuju		Total
		F	%	F	%	
Pembelian Berulang	Saya tertarik dan akan melakukan pembelian berulang di Holland Bakery	10	25%	30	75%	100%
Mempertahankan	Menurut saya Kualitas Produk Holland Bakery harus dipertahankan	13	32,5%	27	67,5%	100%
Referensi	Saya akan merekomendasikan Holland Bakery kepada orang yang saya kenal	11	27,5%	29	72,5%	100%

Menurut pra survei yang telah dilakukan kepada 40 responden pelanggan Holland Bakery Ciwastra, didapatkan hasil bahwa 25% responden tertarik melakukan pembelian berulang sedangkan 75% responden tidak tertarik melakukan pembelian berulang. Dari data tersebut terlihat bahwa tingkat loyalitas pelanggan Holland Bakery tergolong ke dalam kategori rendah. Hal ini tentunya kurang baik bagi perusahaan karena menurut Nuraini (2022:1) *customer* loyal yang sudah melakukan pembelian berulang menjadi salah satu faktor penting kesuksesan dan pertumbuhan bisnis.

Berdasarkan tabel pra survei loyalitas pelanggan, 27 responden tidak setuju akan kualitas produk Holland Bakery harus dipertahankan. Dengan banyaknya konsumen

yang tidak tertarik melakukan pembelian berulang, itu berarti kualitas produk Holland Bakery harus ditingkatkan, bukan hanya dipertahankan. Menurut Pamungkas (2021:1) salah satu elemen utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah kualitas produk. Bagi perusahaan yang ingin mempertahankan bisnisnya di dunia bisnis dengan persaingan yang ketat dan ingin membuat bisnis tersebut semakin maju dan berkembang, sangat penting untuk memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan kepada 40 responden pelanggan Holland Bakery Ciwastra, 29 dari 40 responden tidak setuju untuk merekomendasikan Holland Bakery kepada orang yang dikenal. Hal ini berarti 29 responden tidak merasa puas ketika berbelanja di Holland Bakery. Tentunya ini kurang baik karena rekomendasi merupakan sesuatu yang penting. Wijayanti (2021:1) bahkan menyatakan bahwa melalui rekomendasi, itu berarti muncul peluang bahwa akan ada lebih banyak orang yang ikut membeli produk tersebut. Apalagi pelanggan memiliki kecenderungan untuk mempercayai rekomendasi dari orang, terutama yang mereka kenali.

Menurut Ronaa dan Farida (2023: 186) loyalitas pelanggan tidak mudah untuk didapatkan, tetapi butuh proses yang panjang untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk Holland Bakery memiliki kualitas produk yang bagus. Untuk mempertahankan dan menaikkan pendapatan di tengah tingginya persaingan industri *bakery* di Kota Bandung, perusahaan tentunya harus berlomba membuat pemasaran dengan strategi yang berorientasi pada pelanggan. Hal tersebut karena loyalitas pelanggan salah satunya disebabkan oleh produk yang berkualitas baik. Menurut Ronaa dan Farida (2023: 186) baiknya kualitas produk dapat menjadi daya tarik bagi

pelanggan. Produk berkualitas tinggi akan menjadi daya tarik besar bagi pelanggan. Kualitas tinggi pada produk yang dihasilkan juga tentunya bisa mengakibatkan konsumen memiliki tingkat loyalitas yang tinggi.

Tingkat kualitas produk sejalan dengan loyalitas yang dimiliki pelanggan. Semakin meningkatnya kualitas yang dimiliki suatu produk, sejalan dengan peningkatan loyalitas yang dimiliki pelanggan yang tentunya semakin tinggi. Sebaliknya pun demikian, saat kualitas produk tidak baik atau menurun, maka tingkat loyalitas yang dimiliki pelanggan pun semakin rendah. Sebuah penelitian membuktikan hal tersebut, yakni penelitian yang pernah dikaji oleh Setyaputri (2024) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang di Kota Tangerang Selatan” dan juga penelitian Asna pada tahun 2023 yang memiliki judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Heavenlight”.

Tabel 1. 5 Hasil Pra Survei Kualitas Produk

Dimensi	Pertanyaan	Jawaban				Total	
		Setuju		Tidak Setuju			
		F	%	F	%		
<i>Freshness</i>	Rasa makanan yang disajikan Holland Bakery terasa <i>juicy</i> , tidak kering dan penuh cita rasa atau lezat	16	40%	24	60%	100%	
<i>Presentation</i>	<i>Garnish</i> hidangan Holland Bakery sudah sesuai dengan rasa hidangan yang disajikan dan terlihat menarik.	7	17,5%	33	82,5%	100%	
<i>Well Cooked</i>	Makanan yang disajikan Holland Bakery kepada konsumen harus dimasak hingga matang sempurna guna mematikan bakteri, tapi tidak sampai <i>overcook</i> (gosong).	29	72,5%	11	12,5%	100%	
<i>Variety of Food</i>	Terdapat varian makanan dengan varian harga yang terjangkau	9	22,5%	31	77,5%	100%	

- Mengacu pada pra survei yang telah dilakukan kepada 40 pelanggan Holland Bakery, dapat dilihat banyak yang tidak setuju dengan “Rasa dari makanan yang disajikan terasa *juicy*, tidak kering dan penuh cita rasa atau lezat” berarti terdapat permasalahan di rasa yang dihasilkan dari makanan yang disajikan.

Berdasarkan hasil pra survei mengenai dimensi *presentation*, banyak responden yang tidak setuju akan “*Garnish* pada hidangan Holland Bakery sudah sesuai dengan rasa hidangan yang disajikan dan terlihat menarik”. Itu berarti terdapat permasalahan pada *garnish* yang disajikan. Menurut Afsheena (2023:2) *garnish* merupakan bahan atau benda tertentu yang dipergunakan sebagai dekorasi hidangan. Tampilan makanan dan minuman dapat meningkatkan nilai jual yang dimilikinya, sehingga

untuk mempercantik makanan *chef* akan menambahkan *garnish* untuk meningkatkan daya jual.

Berdasarkan hasil pra survei pada dimensi *well cooked*, seluruh responden setuju terhadap “Makanan yang akan disajikan Holland Bakery kepada pelanggan harus dimasak hingga matang sempurna guna mematikan bakteri, tapi tidak sampai *overcook* (gosong)”. Itu berarti tingkat kematangan sangat penting bagi konsumen. Nursalikah (2019:1) telah menyatakan bahwa penting untuk memastikan bahan pangan mentah dimasak hingga matang dengan sempurna untuk menghindari kontaminasi bakteri karena hal tersebut dapat menimbulkan penyakit bawaan pangan.

Berdasarkan hasil pra survei pada dimensi *variety of food*, banyak responden tidak setuju terhadap “Terdapat varian makanan dengan varian harga yang terjangkau”. Itu berarti harga yang ditawarkan kepada konsumen relatif mahal. Ini dapat menjadi pertimbangan akan kepuasan pelanggan. Menurut Ghina (2023:2) harga terjangkau adalah salah satu kekuatan utama suatu produk agar terjangkau oleh berbagai kalangan. Hal ini membuatnya menjadi pilihan menarik bagi pelanggan yang ingin menikmati hidangan enak dengan biaya yang lebih hemat.

Berdasarkan latar belakang di atas, hadir urgensi untuk mengambil penelitian yang kemudian diberi judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI HOLLAND BAKERY CIWASTRA”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Melalui latar belakang di atas yang telah dipaparkan, diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada Holland Bakery Ciwastra sebagai berikut:

- a. Penurunan pendapatan pada Holland Bakery Ciwastra
- b. Penurunan jumlah pelanggan loyal pada Holland Bakery Ciwastra
- c. Meningkatnya jumlah keluhan terhadap kualitas produk Holland Bakery
- d. Sedikitnya pelanggan yang tertarik melakukan pembelian berulang di Holland Bakery
- e. Sedikitnya pelanggan yang ingin merekomendasikan Holland Bakery kepada orang yang dikenal
- f. *Garnish* di hidangan tidak sesuai dengan rasa hidangan yang disajikan dan tidak terlihat menarik
- g. Terjadi penurunan dalam kualitas produk karena rasa makanan yang disajikan terasa tidak *juicy*, kering, dan tidak lezat.

1.3. Batasan Masalah

Mengacu pada identifikasi permasalahan yang dilakukan pada Holland Bakery Ciwastra, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah berikut:

- 1. Variabel Bebas : Kualitas Produk
- 2. Variabel Terikat : Loyalitas Pelanggan
- 3. Unit Analisis : Pelanggan Holland Bakery Ciwastra
- 4. Waktu Penelitian : Maret 2024-Agustus 2024

1.4. Rumusan Masalah

Meninjau latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah dipaparkan di atas, ditemukan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah berikut:

1. Bagaimana kualitas produk pada perusahaan Holland Bakery Ciwastra?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan di Holland Bakery Ciwastra?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Holland Bakery Ciwastra?

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami sejauh mana kualitas produk yang ditawarkan oleh Holland Bakery Ciwastra mempengaruhi seberapa tinggi atau rendahnya loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan di sana. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana hubungan yang ada antara atribut kualitas produk, seperti *freshness, well cooked, presentation, variety of food*, dengan loyalitas pelanggan yang ditunjukkan melalui pembelian berulang, merekomendasikan produk yang pernah dinikmati kepada orang lain, kemudian tidak ada niat untuk berpindah ke perusahaan lain, dan alih-alih hal negatif perusahaan, justru hal-hal positif yang banyak dibicarakan.

Merunut pada rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan mendeskripsikan tingkat kualitas produk di Holland Bakery Ciwastra

2. Mengetahui dan mendeskripsikan tingkat loyalitas pelanggan di Holland Bakery Ciwastra
3. Menganalisis dan menguraikan bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Holland Bakery Ciwastra

1.6. Kegunaan Penelitian

Ini adalah beberapa keuntungan, baik secara teoritis maupun praktis yang diharapkan didapatkan dari hasil analisis dan penelitian ini.

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Bagi Penulis:

Adanya analisis pada penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman penulis mengenai konsep kualitas produk maupun loyalitas pelanggan, serta bagaimana keduanya saling berhubungan.

Bagi Akademik:

Diharapkan analisis dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan serta literatur baru yang bermanfaat, khususnya dalam lingkup pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, yang bisa digunakan oleh akademisi dan mahasiswa sebagai acuan dalam penelitian serupa di masa depan.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Bagi Perusahaan:

Analisis yang dilakukan ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak Holland Bakery cabang Ciwastra sebagai informasi dan bahan pertimbangan dan masukan untuk menentukan kebijakan mengenai kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Bagi peneliti lain:

Analisis pada penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan dengan baik, yakni dijadikan referensi untuk penelitian yang ada di kemudian hari jika akan ada analisis lanjutan yang lebih baik dengan topik pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat atau lokasi pada penelitian ini adalah di perusahaan Holland Bakery cabang Ciwastra yang berlokasi di Jalan Ciwastra Komplek Mustika Hegar Ruko Timur No. 2.

Waktu penelitian merupakan jangka waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini. Mulai dari tahap pengajuan judul sampai dengan akhir. Adapun rincian kegiatan penelitian ini terdapat dalam tabel di bawah:

Tabel 1. 6 Jadwal Kegiatan Penelitian dan Penyusunan Skripsi

No	Kegiatan	Maret-24				April-24				Mei-24				Juni-24				Juli-24				Agustus-24				September-24					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Persiapan Penelitian	■	■																												
2	Pengajuan Judul pada Dosen Pembimbing			■																											
3	Pencarian Referensi Skripsi				■	■	■	■																							
4	Pengajuan Progress Bab I							■																							
5	Pengajuan Progress Bab II								■																						
6	Pengumpulan Data Penelitian									■	■																				
7	Pembuatan Kuesioner Penelitian										■	■																			
8	Pengajuan Progress Bab III											■	■	■	■																
9	Sidang Usulan Penelitian																														
10	Laporan Hasil Penelitian																							■							
11	Pengajuan Hasil Penelitian																								■						
12	Sidang Akhir Skripsi																														■

Sumber: Peneliti pada 2024