

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Konsumsi roti di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 12% per tahun sejak 2018. Hal ini dikarenakan adanya perubahan preferensi konsumen terhadap produk roti yang tidak hanya enak tetapi juga menyajikan inovasi dalam hal desain dan nilai tambah lainnya. Gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan sibuk telah memicu tren konsumsi roti sebagai pilihan makanan praktis dan cepat saji, didukung oleh beragam varian rasa serta kemasan modern yang lebih menarik. Data dari Asosiasi Pengusaha Roti Indonesia (2023) menunjukkan bahwa 80% konsumen memilih produk roti yang memiliki keunikan rasa dan kemasan menarik. Selain itu, kualitas layanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Inovasi produk menjadi elemen penting dalam menghadapi perubahan tersebut. Banyak produsen roti memperkenalkan varian baru yang mengusung kreativitas, seperti pengembangan rasa unik dan kemasan yang lebih fungsional untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, perusahaan menerapkan strategi keberlanjutan untuk mendukung pertumbuhan bisnis dan memberikan dampak positif bagi industri roti dan *bakery* di Indonesia. Salah satu langkah inovatif yang dilakukan produsen roti adalah komitmen bisnis terhadap pengembangan produk yang berkelanjutan dan berkesinambungan, termasuk penerapan sistem jaminan keamanan dan mutu pangan.

Namun kepuasan konsumen tidak hanya bergantung pada inovasi produk. Kualitas pelayanan juga berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Layanan berkualitas mencakup distribusi produk yang luas, kemudahan dalam mengakses informasi, serta responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas, yang sangat berpengaruh dalam menjaga posisi pasar perusahaan di tengah kompetisi yang semakin intens. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pelayanan berkualitas tinggi berperan penting dalam meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan baru terkait strategi yang dapat diterapkan oleh produsen roti dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Selain itu, Penelitian ini juga akan mengeksplorasi hubungan kualitas produk dan promosi dalam keputusan pembelian, serta bagaimana citra merek suatu perusahaan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei terhadap konsumen roti di berbagai lokasi. Data yang terkumpul akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan hubungan yang ada antar variabel yang diteliti.

Dengan demikian, hasil penelitian ini kemungkinan akan membantu dalam menentukan pendekatan pemasaran roti dan inovasi di masa mendatang, serta memberikan rekomendasi kepada perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Persaingan di sektor makanan, khususnya dalam produk roti, semakin intensif, sehingga inovasi produk dan mutu pelayanan menjadi elemen krusial untuk menjaga keberlanjutan bisnis serta daya saing perusahaan. Konsumen masa kini tidak hanya mencari produk yang berkualitas tetapi juga pengalaman yang memuaskan, baik dari segi pelayanan maupun inovasi yang diberikan. Dalam konteks produsen roti, tantangannya adalah untuk terus memenuhi ekspektasi konsumen yang terus meningkat dengan menciptakan inovasi yang relevan dalam hal rasa, kemasan, dan layanan.

Selain itu, loyalitas pelanggan semakin sulit dicapai tanpa upaya yang konsisten untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Faktor-faktor seperti kemudahan akses produk, kecepatan pelayanan dan kemampuan beradaptasi dengan tren konsumen menjadi isu penting. Oleh karena itu, berikut beberapa pertanyaan penelitian berdasarkan rumusan masalah tersebut.

1. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan?

4. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk

1. Mengetahui sejauh mana inovasi produk memengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas pelanggan.
3. Mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen memengaruhi loyalitas pelanggan.
4. Mengetahui sejauh mana inovasi produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen memengaruhi loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis: Menambah literatur dan pemahaman mengenai pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di industri makanan, khususnya roti.
2. Manfaat Praktis: Memberikan rekomendasi bagi produsen roti dalam meningkatkan inovasi produk dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya: Menjadi referensi bagi penelitian berikutnya yang terkait dengan faktor-faktor kepuasan konsumen dalam industri roti.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada:

1. Fokus objek penelitian berfokus pada usaha atau industri roti di wilayah Jabodetabek.
2. Hanya meneliti pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen roti.
3. Persepsi pelanggan yang diteliti terbatas pada konsumen roti di wilayah tertentu, sesuai dengan kuesioner yang disebar.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar laporan penelitian lebih mudah dipahami, penulis menyusun sistematika penulisan yang mengorganisasikan informasi ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian. Teori ini menjadi dasar untuk perumusan hipotesis, metode penelitian, serta analisis data. Variabel yang dijelaskan mencakup Inovasi Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, serta Loyalitas Pelanggan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan penelitian, desain penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan terkait hasil tersebut. Analisis ini bertujuan untuk menjelaskan temuan penelitian berdasarkan data yang telah diperoleh.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini memuat kesimpulan penelitian berdasarkan hasil dan pembahasan. Penulis juga memberikan saran-saran praktis maupun teoritis untuk penelitian berikutnya atau pihak-pihak terkait.

