

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negeri dengan berbagai ragam suku budaya. Negara kepulauan dari ujung Sumatera sampai ujung Papua. Besarnya negeri dan aneka ragam budaya didalamnya membuat masyarakat memiliki berbagai mata pencaharian. Manfaat dari setiap ragam perbedaan sangat dirasakan oleh masyarakat Indonesia. Kebiasaan-kebiasaan serta adat istiadat menumbuhkan rasa ingin tahu lebih bagi orang-orang diluar sana, sehingga munculnya banyak perjalanan yang dilakukan orang-orang untuk mengenal berbagai perbedaan di Indonesia. Tak asing kita dengar, perjalanan tersebut sering kita sebut sebagai pariwisata.

Pariwisata dalam hal ini turut berperan dalam perekonomian masyarakat, bukan hanya tentang sebuah kunjungan, tapi juga semua hal yang ada didalamnya. Salahsatunya adalah kuliner, Kuliner tidak bisa begitu saja kita anggap nomer dua dalam dunia pariwisata. Sebagaimana menurut Zahrulianingdyah (2018) Perkembangan dunia wisata saat ini membuka peluang bagi berkembangnya industri pariwisata dalam bidang kuliner di daerah destinasi wisata yang artinya salah satu faktor ramainya kunjungan sebuah wisata, tidak jarang ditentukan oleh nikmat dan uniknya sebuah kuliner yang ada di destinasi wisata tersebut.

Dunia kuliner saat ini tidak hanya tentang sebuah makanan khas. Tapi juga tentang perjalanan besar dan banyaknya industri makanan. Pentingnya sebuah industri dibuktikan dengan terdapatnya industri makanan dalam setiap tingkatan atau taraf ekonomi setiap masyarakat. Mulai dari ekonomi kelas bawah, menengah, hingga ekonomi kelas ataspun membutuhkan dan menerima pentingnya sebuah peran industri makanan.

Kudapan atau yang biasa disebut sebagai *cookies* merupakan jenis makanan alternatif yang biasa dihidangkan sebagai pelengkap hari-hari besar di Indonesia misalnya hari raya idul fitri, natal, bahkan sering juga digunakan

sebagai hantaran dalam pesta pernikahan. Kudapan bukan hanya menjadi makanan yang diproduksi lagi dari dalam rumah. Tapi juga dalam skala industri makanan besar.

Ina Cookies, merupakan brand (merek dagang) dari salah satu industri kue kering di Indonesia yang sudah berdiri sejak tahun 1997. Nama Ina Cookies muncul berkat keahlian seseorang wanita bernama Rr. Ina Wiyandini dalam membuat serta mengkreasikan kue kering untuk hari raya. Awal mulanya kue kering yang dibuat oleh Ibu Ina hanya berkulat pada Nastar, Kastengels, serta Putri Salju saja. Tetapi Ibu Ina kemudian melakukan inovasi- inovasi baru untuk menambah tipe kue kering yang dibuatnya, dengan memakai topping seperti coklat ataupun memakai bahan tradisional seperti Tahu, Tempe, serta Jamur yang setelah itu diolah jadi kue kering.

Ina Cookies memiliki produk dengan kelezatan dan kerenyahan yang sudah banyak orang ketahui. Bukan tanpa sebab, kelezatan tersebut dikarenakan kue-kue hasil produksi Ina Cookies selalu menggunakan bahan baku yang segar. Sehingga Ina Cookies berani menjamin kue yang di produksi bebas bahan pengawet, namun dapat bertahan hingga 6 bulan dalam toples, karena proses pembuatan yang bersih dan pembakaran kue dengan temperatur serta kematangan yang maksimal. Setelah 4 bulan kue masih terasa renyah dan lezat, jika toples tertutup rapat dan bersih.

Ina Cookies dalam produksinya memiliki standarisasi pabrik untuk mencapai target penjualan dan kepercayaan masyarakat. Ina Cookies bertekad untuk selalu menjaga kualitas produk dan memperbaharui kelayakan pabrikasi. Dengan harapan dapat menembus pangsa pasar yang lebih luas dan memberdayakan masyarakat lingkungan sekitar, terutama pada ibu rumah tangga yang tidak memiliki pekerjaan.

Gelombang globalisasi telah menciptakan tantangan bagi Industri makanan yang semakin besar, yaitu kompetisi yang semakin ketat dan pelanggan yang semakin selektif dan berpengetahuan. Tantangan seperti ini menghadapkan para pelaku industri makanan pada dua pilihan, yaitu masuk kedalam arena untuk menerjang sebuah kompetisi dengan melakukan perubahan dan perbaikan atau keluar arena kompetisi tanpa dibebani

perubahan dan perbaikan. Oleh karena itu diperlukan alternatif strategi bersaing yang tepat agar perusahaan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Kondisi tersebut membawa industri makanan kepada suatu kenyataan bahwa kualitas dan mutu menjadi suatu keharusan agar perusahaan mencapai keberhasilan dalam arena kompetisi.

Ekuitas merek adalah saat sebuah merek berada dipuncak kepercayaan masyarakat, sebagaimana menurut Saputra (2017) bahwa penciptaan ekuitas merek yang baik digunakan untuk mempertahankan kepuasan konsumen, berarti perusahaan berorientasi pada konsumen yang memiliki selera, keinginan, dan perilaku yang sifatnya berubah-ubah. Artinya, jika sebuah industri makanan dapat menjaga ekuitas mereknya, maka besar peluang industri makanan tersebut untuk mendapatkan kepuasan konsumen.

Ina Cookies, merek yang sudah lebih dari 20 tahun berdiri dan selalu berinovasi dalam membuat produk kudapan, bukan tidak mungkin sudah berada dipuncak Ekuitas merek dimata masyarakat. Namun, apakah ekuitas merek tersebut dapat membuat kepuasan konsumen dalam membeli produk Ina Cookies khususnya di Kota Bandung.

Tabel 1.1 Data Penjualan La Diva Cookies, Ina Cookies, J&C Cookies

Tahun	Merek (Jumlah Terjual Lusin)		
	La Diva Cookies	Ina Cookies	J&C Cookies
2012	1.165	13.889	15.340
2013	886	17.786	14.953
2014	208	19.682	14.365

Sumber : Data Internal Perusahaan

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan produk Ina Cookies terus meningkat setiap tahunnya yang memungkinkan adanya kepuasan konsumen dalam pembelian produk Ina Cookies di Kota Bandung.

Demi mengetahui Bagaimana Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Produk Ina Cookies Di Kota Bandung, penulis ingin mengetahui, mengkaji, dan melakukan penelitian

dengan judul Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Produk Ina Cookies Di Kota Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian ini, maka penulis mendapat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh antara ekuitas merek dengan keputusan pembelian produk Ina Cookies di Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh antara ekuitas merek dengan kepuasan konsumen produk Ina Cookies di Kota Bandung.
3. Bagaimana pengaruh antara keputusan pembelian dengan Kepuasan konsumen produk Ina Cookies di Kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh antara ekuitas merek dengan kepuasan konsumen produk Ina Cookies di Kota Bandung melalui variabel keputusan pembelian.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari pemaparan rumusan masalah diatas, maka didapat tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara ekuitas merek dengan keputusan pembelian produk Ina Cookies di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara ekuitas merek dengan kepuasan konsumen produk Ina Cookies di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen produk Ina Cookies di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara ekuitas merek dengan kepuasan konsumen produk Ina Cookies di Kota Bandung melalui variabel keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah mengetahui poin-poin apa saja rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak. Manfaat dari penelitian ini penulis bagi menjadi beberapa, yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini penulis harapkan dapat memberikan masukan pemikiran terhadap para pengembang ilmu. Sehingga penelitian-penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi dalam kepenulisan maupun dalam penelitiannya.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menjaga ekuitas merek guna menjaga kepuasan konsumen Ina Cookies dimasa sekarang maupun masa yang akan datang.

b. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis yang secara teoritis telah diperoleh pada saat perkuliahan untuk dapat diterapkan dalam kehidupan nyata.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan dan acuan bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian sejenis pada masa yang akan datang.