

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri pengolahan di Jawa Timur merupakan sektor utama yang berperan strategis dalam pertumbuhan ekonomi daerah, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) provinsi. Tahun 2016, sektor industri pengolahan memberikan kontribusi sebesar 28,92 persen terhadap total PDRB Jawa Timur dan mengalami pertumbuhan sebesar 4,51 persen, lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan nasional pada sektor yang sama (Margalita, 2023). Sektor makanan dan minuman menjadi subsektor terbesar dalam industri pengolahan di Jawa Timur, didukung oleh banyaknya pelaku usaha dari skala kecil hingga besar (Perdana *et al*, 2023). Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten yang memiliki peranan penting dalam perekonomian di Jawa Timur dengan kontribusi industri pengolahan mencapai 50,02 persen terhadap PDRB daerah pada tahun 2022. Hal ini menjadikan industri pengolahan di Kabupaten Sidoarjo sebagai sektor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Rizky *et al.*, 2022).

Industri roti di Sidoarjo telah dikenali sebagai subsektor dengan tingkat keputusan pembelian tertinggi dalam kelompok industri makanan. Kebutuhan masyarakat terhadap pangan praktis dan siap konsumsi telah mendorong roti menjadi pilihan pokok kedua setelah nasi. Berdasarkan temuan Ariska *et al.* (2023), keputusan pembelian roti dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap cita rasa dan lokasi toko. Menurut teori perilaku konsumen, preferensi terhadap produk dengan nilai guna tinggi mendorong intensitas pembelian, yang pada gilirannya meningkatkan permintaan pasar. Kenaikan permintaan tersebut secara langsung berdampak pada peningkatan nilai tambah industri roti serta kontribusinya terhadap PDRB daerah. Semakin kuat preferensi dan keputusan pembelian konsumen, semakin besar pula dampak ekonomi yang dihasilkan oleh sektor ini (Satudata Sidoarjo, 2024).

Roti merupakan produk olahan berbasis tepung terigu yang telah menjadi bagian penting dalam pola konsumsi masyarakat modern khususnya di Sidoarjo. Industri roti dikembangkan secara pesat pada skala besar maupun kecil, dengan inovasi produk dan diversifikasi rasa dijadikan sebagai kunci daya saing di pasar (Wibowo, 2023). Roti tidak hanya difungsikan sebagai makanan pokok alternatif, tetapi juga sebagai produk praktis yang memenuhi kebutuhan gaya hidup masyarakat urban serta menjadi solusi konsumsi cepat di tengah kesibukan (Wibowo, 2023).

Roti Bluder merupakan salah satu jenis roti yang tengah diminati oleh masyarakat Sidoarjo. Produk ini memiliki tekstur lebih lembut, padat, dan aroma mentega khas yang membedakannya dari roti modern pada umumnya. Bluder Cokro sebagai salah satu *merk* yang terkenal, telah di produksi sejak tahun 1989 dan dikenal sebagai oleh-oleh khas Madiun (Ramadhina *et al.*, 2022). Reputasi kuat ditunjukkan melalui keberlangsungan usaha lebih dari tiga dekade, pengakuan sebagai oleh-oleh unggulan oleh media kuliner, serta tingginya tingkat kepuasan konsumen berdasarkan testimoni dan pembelian ulang. Keberadaan beberapa cabang resmi di wilayah Sidoarjo memperkuat eksistensinya di pasar lokal. Bluder Cokro Madiun dipilih sebagai objek penelitian karena merepresentasikan roti modern berkualitas dengan cita rasa khas serta memiliki daya saing tinggi di pasar oleh-oleh.

Dalam penelitian mengenai Roti Bluder Cokro Madiun, keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas produk, harga yang ditawarkan, kekuatan *merk*, serta sikap konsumen terhadap produk tersebut. Menurut Balqiah & Setyowardhani (2016), keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh faktor individu dan lingkungan. Dalam penelitian ini variabel bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) yang dipilih hanya dua yaitu produk dan harga. Variabel utama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu produk, harga, *merk*, dan sikap konsumen karena dinilai paling relevan dengan kebiasaan konsumen yang cenderung membeli makanan ringan berkualitas dengan harga terjangkau serta mempertimbangkan reputasi dan kesesuaian produk dengan preferensi pribadi. Pendekatan ini selaras dengan teori perilaku konsumen menurut

Engel, Blackwell, & Miniard (1995), yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh rangsangan pemasaran dan karakteristik individu yang kemudian diproses menjadi sikap dan keputusan.

Dari sisi produk, roti ini dikenal dengan teksturnya yang lembut, aroma mentega yang khas, serta rasa yang konsisten yang membuatnya berbeda dan diminati oleh banyak konsumen. Dari segi harga, roti ini menawarkan harga yang kompetitif dan terjangkau bagi konsumen, sehingga memberikan nilai lebih tanpa mengorbankan kualitas. Dalam hal *merk*, Bluder Cokro sudah membangun citra sebagai produk oleh-oleh khas Madiun yang autentik dan terpercaya, sehingga mudah dikenali dan dipercaya oleh pembeli. Sikap konsumen terhadap roti ini sangat positif, karena konsumen menganggap Bluder Cokro sesuai dengan kebutuhan dan keinginan karena roti ini dianggap sesuai dengan ekspektasi konsumen dari segi kualitas dan harga.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen dianggap krusial dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian. Sebagaimana dijelaskan oleh para ahli dalam bidang pemasaran dan psikologi konsumen, proses ini tidak hanya dibentuk oleh preferensi dan kebutuhan, tetapi juga oleh interaksi kompleks antara persepsi, motivasi, sikap, dan pengaruh sosial. Oleh karena itu, konsep dasar mengenai keputusan pembelian digunakan sebagai kerangka untuk menganalisis respons konsumen terhadap produk tertentu, seperti Roti Bluder Cokro Madiun. Berdasarkan pendapat Kotler & Armstrong (2006), keputusan pembelian didefinisikan sebagai suatu proses di mana pilihan produk dilakukan berdasarkan kesesuaian dengan preferensi konsumen. Namun demikian, keputusan aktual untuk membeli sering kali tidak selalu sejalan dengan niat awal (*purchase intention*), karena dapat dipengaruhi oleh hambatan situasional, keterbatasan sumber daya, atau perubahan sikap sesaat sebelum pembelian dilakukan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, *merk*, sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Roti Bluder Cokro Madiun oleh mahasiswa di Kampus 4 Sidoarjo. Mahasiswa dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan kelompok konsumen aktif yang memiliki daya beli

dan cenderung mengikuti tren kuliner, serta sering menjadi target pasar bagi produk makanan ringan modern. Selain itu, mahasiswa memiliki karakteristik konsumsi yang kritis terhadap harga, kualitas, dan kemudahan akses suatu produk, sehingga dinilai tepat untuk dianalisis dalam kaitannya dengan perilaku pembelian roti Bluder Cokro. Penelitian yang dilakukan oleh Putri *et al.* (2022) menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan citra *merk* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Produk, Harga, *Merk*, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Roti Bluder Cokro Madiun (Studi Kasus: Mahasiswa Kampus 4 Sidoarjo)” karena ingin mengetahui variabel produk, harga, *merk*, dan sikap konsumen berpengaruh secara spesifik terhadap keputusan pembelian Roti Bluder Cokro Madiun oleh Mahasiswa di Kampus 4 Sidoarjo.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah produk, harga, *merk*, dan sikap konsumen secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Bluder Cokro Madiun di Kampus 4 Sidoarjo?
2. Apakah produk, harga, *merk*, dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Bluder Cokro Madiun di Kampus 4 Sidoarjo?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Roti Bluder Cokro Madiun di Kampus 4 Sidoarjo?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis dan menguji pengaruh signifikansi produk, harga, *merk*, dan sikap konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Bluder Cokro Madiun di Kampus 4 Sidoarjo.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh signifikansi produk, harga, *merk*, dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Bluder Cokro Madiun di Kampus 4 Sidoarjo.

3. Menganalisis dan menguji variabel produk, harga, *merk*, dan sikap konsumen yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Roti Bluder Cokro Madiun di Kampus 4 Sidoarjo.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Akademisi

Manfaat akademisi, Penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap pengetahuan akademis dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Hasil penelitian dapat membantu mengembangkan teori dan kerangka kerja yang lebih baik terkait pengaruh produk, harga, *merk*, sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. Dan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya yang ingin menggali aspek-aspek serupa dalam konteks bisnis dan pemasaran.

2. Bagi Roti Bluder Cokro Madiun

Sebagai pertimbangan dalam merancang kebijakan atau tindakan yang akan mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian produk.

3. Bagi Peneliti

Peneliti atau konsumen di Sidoarjo akan mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan saat memilih produk Roti Bluder Cokro Madiun atau produk sejenis lainnya. Ini dapat membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih bijak dan memuaskan.