

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Era globalisasi yang semakin maju telah mendorong meningkatnya popularitas produk impor di kalangan konsumen lokal. Produk impor dianggap memiliki kualitas yang lebih baik serta memenuhi standar internasional sehingga menjadi pilihan utama, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta. Seiring dengan perkembangan teknologi dan metode budidaya, produk lokal mulai mampu menyaingi kualitas produk impor. Salah satu contohnya adalah buah anggur jenis impor hasil budidaya lokal yang kini semakin diminati oleh masyarakat Indonesia. Buah anggur jenis impor yang dibudidayakan di Indonesia dengan teknik modern dan standar tinggi mampu menawarkan kualitas yang tidak kalah dengan buah anggur impor, bahkan dengan harga yang lebih kompetitif (Anggraini, 2020).

Kualitas produk merupakan faktor kunci yang memengaruhi kepuasan konsumen (Astuti dan Fitria, 2022). Pada produk anggur jenis impor hasil budidaya lokal, aspek kualitas mencakup rasa, kesegaran dan daya tahan. Konsumen cenderung lebih puas jika produk yang mereka beli memiliki kualitas yang tinggi. Pemahaman terhadap standar kualitas yang diinginkan oleh konsumen menjadi penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, terutama untuk produk konsumsi langsung seperti buah-buahan (Putri dan Wahyuni, 2020).

Harga juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk anggur jenis impor hasil budidaya lokal umumnya memiliki harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan anggur impor langsung. Persepsi konsumen terhadap harga yang sesuai dengan kualitas sangat memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Strategi penetapan harga yang adil dan kompetitif dapat membantu pelaku usaha mempertahankan kepuasan konsumen (Nadja dan Halimah, 2023).

Promosi memiliki peran yang signifikan dalam menarik perhatian konsumen terhadap produk anggur jenis impor hasil budidaya lokal. Strategi promosi yang menarik dan efektif dapat meningkatkan minat pembelian dan kepuasan konsumen. Promosi yang dilakukan dengan tepat tidak hanya membantu

meningkatkan penjualan tetapi juga membangun loyalitas konsumen terhadap produk tertentu (Kusumaningtyas dan Prasetyo, 2022).

Kepuasan konsumen merupakan ukuran seberapa baik suatu produk atau layanan dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen (Yusuf dan Pranata, 2022). Kepuasan yang tinggi tidak hanya membuat konsumen lebih loyal tetapi juga mendorong mereka untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Hal ini menjadi indikator penting dalam menentukan keberhasilan suatu produk, terutama untuk produk konsumsi seperti buah anggur jenis impor hasil budidaya lokal (Prasetya dan Kurniawan, 2020).

Kualitas produk, harga dan promosi merupakan tiga faktor utama yang secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Ketiga elemen ini memiliki peran yang saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Kualitas produk yang baik mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen, sementara harga yang kompetitif memberikan nilai tambah yang membuat konsumen merasa puas dengan pengeluaran mereka. Strategi promosi yang tepat dapat menarik perhatian konsumen, meningkatkan minat beli dan memperkuat loyalitas terhadap suatu produk atau merek. Pemahaman yang mendalam mengenai hubungan antara ketiga faktor ini menjadi landasan penting bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan konsumen sekaligus memperluas pangsa pasar.

Penelitian ini dilakukan di Kebon Baba Kedai dan Farm yang berlokasi di Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan. Kebon Baba Kedai dan Farm menawarkan buah anggur jenis impor hasil budidaya lokal yang mencakup jenis anggur hijau, anggur merah dan anggur hitam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis kepada Kebon Baba Kedai dan Farm dalam meningkatkan kualitas produk, menentukan harga yang kompetitif serta menyusun strategi promosi yang efektif guna mencapai kepuasan konsumen yang optimal.

## **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen buah anggur di Kebon Baba Kedai dan Farm?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen buah anggur di Kebon Baba Kedai dan Farm?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen buah anggur di Kebon Baba Kedai dan Farm?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen buah anggur di Kebon Baba Kedai dan Farm?

## **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian buah anggur di Kebon Baba Kedai dan Farm.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian buah anggur di Kebon Baba Kedai dan Farm.
3. Menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian buah anggur di Kebon Baba Kedai dan Farm.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian buah anggur di Kebon Baba Kedai dan Farm.

## **Kegunaan Penelitian**

Segala sesuatu yang diteliti oleh peneliti selalu terdapat kegunaan yang diharapkan oleh peneliti kepada pengusaha, universitas, maupun pihak-pihak lain, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen,

khususnya terkait kualitas produk, harga dan promosi pada anggur jenis impor. Pengalaman dalam mengkaji perilaku konsumen dan analisis data ini dapat menambah wawasan dan keterampilan peneliti dalam bidang agribisnis, serta meningkatkan kemampuan analitis yang bermanfaat dalam karir akademik maupun praktis di masa mendatang.

2. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat membantu pelaku usaha, khususnya pengelola Kebon Baba Kedai dan Farm, dalam memahami lebih dalam hubungan antara kualitas produk, harga, promosi dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan untuk menyusun strategi promosi yang tepat, menyesuaikan harga, serta meningkatkan kualitas produk agar sesuai dengan ekspektasi konsumen. Hal ini dapat membantu usaha dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengkaji topik serupa di bidang agribisnis dan perilaku konsumen. Hasil dari penelitian ini dapat membantu peneliti selanjutnya dalam memperluas penelitian mereka ke variabel lain atau melakukan studi perbandingan dengan jenis produk dan pasar yang berbeda. Hal ini dapat memperkaya wawasan dan memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada produk agribisnis.