

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Penelitian

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi wisatawan, mulai dari masyarakatnya, wisatanya, hingga kulinernya. Wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta tidak hanya memiliki tujuan untuk berlibur saja, namun juga untuk mencoba banyak kuliner yang ada di daerah ini. Setiap tahun, wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Yogyakarta mengalami kenaikan. Berikut ini adalah data wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta dari tahun 2020 hingga 2022.

**Tabel 1.1 Data Wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Yogyakarta**

Tahun	Jumlah Wisatawan
2020	19.591.482
2021	22.834.000
2022	25.743.590

Sumber: <https://www.bps.go.id>

Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Yogyakarta, industri kuliner di Yogyakarta juga semakin berkembang pesat. Hal tersebut tercermin dari banyaknya bisnis yang bergerak di bidang kuliner, dari skala kecil hingga skala besar. Persaingan bisnis kuliner menjadi lebih kompetitif karena semakin banyaknya kehadiran para wirausaha kuliner. Kuliner yang berkembang di Daerah Istimewa Yogyakarta ada berbagai macam, mulai dari makanan tradisional hingga makanan moderen. Salah satu contoh kuliner moderen adalah *cake and pastry* (kue dan roti).

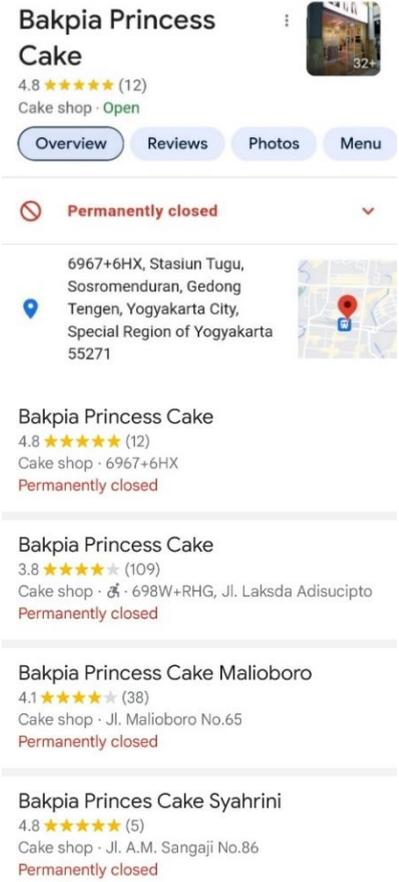
Saat ini, muncul banyak bisnis yang memproduksi berbagai jenis kue yang ditawarkan kepada masyarakat. Para kalangan artis yang memiliki popularitas tinggi juga terjun ke dunia bisnis kue. Maraknya para artis yang membuka usaha kuliner kue di suatu daerah merupakan fenomena tersendiri di Indonesia. Beberapa diantaranya yang masih ramai di pasar hingga saat ini, yaitu Malang Strudel milik Teuku Wisnu, Bogor Raincake milik Shireen Sungkar, Bandung Makuta milik Laudya Cynthia Bella, dan Mamahke Jogja milik Zaskia Adya Mecca.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri, ada beberapa artis yang memiliki bisnis kue. Kue yang ditawarkan juga sebagian besar merupakan inovasi dari kue-kue yang telah banyak dijual di pasaran, sehingga dapat dikatakan sebagai produk yang baru. Berikut ini adalah data beberapa bisnis kue milik artis yang berlokasi di Yogyakarta.

**Tabel 1.2 Daftar 5 Bisnis Kue Milik Artis yang ada di Yogyakarta**

No.	Nama Usaha & Pemilik	Alamat & Status Bisnis Saat Ini
1.	Jogja Scrummy (Dude Harlino)	<p>Jogja Scrummy Outlet Katamso 4.0 ★★★★★ (207) Cake shop · Jl. Brigjen Katamso No.198 Permanently closed</p> <hr/> <p>Jogja Scrummy Outlet Malioboro 4.1 ★★★★★ (164) Health food store · 🚶 · Jl. Jogonegaran No.6 Permanently closed</p> <hr/> <p>Jogja Scrummy Outlet Kaliurang 3.9 ★★★★★ (212) Cake shop · 🚶 · \$\$\$ · Ruko Cakra Kembang Jl. Kali... Permanently closed</p> <p><b>Jogja Scrummy sudah tutup permanen</b></p>

No.	Nama Usaha & Pemilik	Alamat & Status Bisnis Saat Ini
2.	Mamahke Jogja (Zaskia Adya Mecca)	 <p>Mamahke Jogja masih beroperasi hingga saat ini</p>
3.	Jogja Cushy Cheese (Ria Ricis)	<p>Jogja Cushy Cheese 4.5 ★★★★★ (6) Store - L1, Galeria, Mall, Jl. Jend. Sudirman No.99... Permanently closed</p> <p>Jogja Cushy Cheese Jakal 4.2 ★★★★★ (21) Cake shop - Kaliurang St No.Km. 6 No.98 Permanently closed</p> <p>Jogja Cushy Cheese JCM No ratings or reviews Cake shop - 69W6+Q8F Permanently closed</p> <p>Jogja Cushy Cheese sudah tutup permanen</p>
4.	Pevo Cake (Pevita Pearce)	 <p>Pevo Cake sudah tutup permanen</p>

No.	Nama Usaha & Pemilik	Alamat & Status Bisnis Saat Ini
5.	Bakpia Princess Cake (Syahrini)	 <p><b>Bakpia Princess Cake</b> 4.8 ★★★★★ (12) Cake shop · Open</p> <p>Overview Reviews Photos Menu</p> <p><b>Permanently closed</b></p> <p>6967+6HX, Stasiun Tugu, Sosromenduran, Gedong, Tengen, Yogyakarta City, Special Region of Yogyakarta 55271</p> <p><b>Bakpia Princess Cake</b> 4.8 ★★★★★ (12) Cake shop · 6967+6HX Permanently closed</p> <p><b>Bakpia Princess Cake</b> 3.8 ★★★★★ (109) Cake shop · 698W+RHG, Jl. Laksda Adisucipto Permanently closed</p> <p><b>Bakpia Princess Cake Malioboro</b> 4.1 ★★★★★ (38) Cake shop · Jl. Malioboro No.65 Permanently closed</p> <p><b>Bakpia Princes Cake Syahrini</b> 4.8 ★★★★★ (5) Cake shop · Jl. A.M. Sangaji No.86 Permanently closed</p> <p><b>Bakpia Princess Cake sudah tutup permanen</b></p>

Sumber data: <https://www.idntimes.com> Artikel 12 Januari 2019

Sumber gambar: Google

Masuknya kalangan artis ke dunia bisnis kue cukup menarik perhatian masyarakat. Beberapa bisnis kue milik artis yang berlokasi di Yogyakarta adalah Jogja Scrummy milik Dude Harlino, Mamahke Jogja milik Zaskia Adya Mecca, Jogja Cushy Cheese milik Ria Ricis, Pevo Cake milik Pevita Pearce, dan Bakpia Princess Cake milik Syahrini. Namun, hingga saat ini, Jogja Scrummy, Jogja Cushy Cheese, Pevo Cake, dan Bakpia Princess Cake sudah tutup, diketahui dari Google yang mengatakan sudah tutup permanen, tokonya yang sudah tidak ada, akun media sosialnya yang sudah tidak aktif, serta situs

resminya yang tidak bisa dibuka. Hanya Mamahke Jogja, satu-satunya bisnis kue milik artis yang masih beroperasi dan bertahan di Yogyakarta hingga saat ini, diantara keempat bisnis kue milik artis lainnya sudah tutup. Mamahke Jogja masih terus berkembang, serta menjadi sorotan bagi masyarakat di luar maupun di dalam wilayah Yogyakarta.

Mamahke Jogja memproduksi kue bolu manis berbagai rasa dengan lapis pastry dan krim, dengan kemasan yang unik seperti bentuk laci. Mamahke Jogja dikenal sebagai oleh-oleh kue kekinian yang berasal dari Yogyakarta. Mamahke Jogja semakin dikenal banyak masyarakat karena artis Zaskia Adya Mecca sebagai pemilik bisnis tersebut.

Citra merek menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk atau jasa. Apabila citra merek sudah tertanam di benak konsumen, maka hal tersebut akan membantu konsumen dalam mengurangi kebingungan memilih produk, kemudian konsumen akan membeli produk tersebut karena percaya akan produk atau merek yang dibelinya sesuai dengan apa yang dipersepsikan (Maulida & Budiarmo, 2018). Oleh karena itu, tantangan utama yang menjadi dasar dalam pemasaran adalah membangun citra merek yang positif di mata konsumen.

Keputusan mengenai lokasi toko bagi suatu usaha memegang peranan yang sangat penting. Suatu lokasi dapat disebut strategis bila berada di pusat kota, kemudahan mencapai lokasi tersebut, dilewati banyak orang, kelancaran arus lalu lintas, arahnya tidak membingungkan konsumen, dekat dengan area

pertokoan lainnya, serta tempat parkir yang memadai (Lumban Gaol & Waluyo, 2018).

Penelitian tentang bisnis kue milik artis dengan nama perusahaan Mamahke Jogja dipilih oleh peneliti karena bisnis milik Zaskia Adya Mecca ini merupakan satu-satunya bisnis kue milik artis yang masih bertahan di Yogyakarta. Selain itu, bisnis Mamahke Jogja juga semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Pada penelitian yang dilakukan, peneliti mencoba untuk mengambil 2 faktor yang dinilai dapat memengaruhi keputusan pembelian pada konsumen Mamahke Jogja, diantaranya yaitu citra merek dan lokasi. Selain itu, peneliti juga menambahkan 1 faktor yang mungkin juga dapat memengaruhi keputusan pembelian, yaitu kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi. Maka dari itu, peneliti memilih judul “Pengaruh Citra Merek dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mamahke Jogja melalui Kepercayaan Konsumen”.

Penelitian ini merupakan replikasi murni dari penelitian Riantika, Arief, dan Fandiyanto dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Lokasi dalam Menentukan Keputusan Pembelian pada Toko HW Bakery Situbondo dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya, yaitu *software* yang digunakan dalam menguji hipotesis. Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan menggunakan *software Partial Least Square* (PLS), sedangkan pada penelitian ini menggunakan *software* AMOS. Perbedaan yang kedua, yaitu obyek penelitian

yang dipilih. Peneliti memilih obyek Mamahke Jogja berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan peneliti mampu memahami keputusan pembelian konsumen ketika ingin berbelanja di Mamahke Jogja dan diharapkan dapat membantu Mamahke Jogja dalam memahami keputusan pembelian pada para konsumennya.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang akan diuji yaitu:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada produk Mamahke Jogja?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada produk Mamahke Jogja?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Mamahke Jogja?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Mamahke Jogja?
5. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Mamahke Jogja?
6. Apakah kepercayaan konsumen memediasi pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Mamahke Jogja?

7. Apakah kepercayaan konsumen memediasi pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada produk Mamahke Jogja?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepercayaan konsumen pada produk Mamahke Jogja.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepercayaan konsumen pada produk Mamahke Jogja.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Mamahke Jogja.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada produk Mamahke Jogja
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk Mamahke Jogja.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening pada produk Mamahke Jogja.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening pada produk Mamahke Jogja

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Kegunaan dalam pengembangan ilmu atau manfaat di bidang teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya dan melengkapi pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh citra merek dan lokasi terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening. Selain itu, temuan yang terungkap di penelitian ini juga dapat digunakan untuk rujukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat di bidang praktik

Dari penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai pembelajaran bagi perusahaan dalam menentukan strategi bisnis yang ingin dibangun dan memperbaiki kekurangan, terutama yang terkait dengan topik penelitian ini.