

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri makanan dan minuman, khususnya sektor bakery dan oleh-oleh, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin praktis serta meningkatnya konsumsi produk siap saji. Menurut Badan Pusat Statistik, industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor penyumbang terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan di Indonesia. Selain itu, Ajeng Farah Setyowati et al., (2025) menyatakan bahwa inovasi produk dan diferensiasi menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing industri kuliner. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha dituntut untuk mampu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen guna mempertahankan eksistensi di tengah persaingan yang semakin ketat.

Bluder Cokro merupakan produk roti legendaris yang berasal dari Madiun, Jawa Timur. Kelembutan dari roti Bluder Cokro memiliki tempat spesial tersendiri di hati masyarakat. Rasa istimewa yang dipertahankan sejak dari dulu membuatnya tetap diburu khalayak ramai sampai saat ini. Berdiri pada tahun 1989 di Jalan Cokroaminoto no 36 Madiun, Bluder Cokro tetap berproduksi hingga saat ini dan terus berinovasi dengan menambah varian dan produk baru yang sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia. Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya pesanan dari konsumen, Bluder Cokro terus berkembang dengan

mendirikan pabrik-pabrik baru untuk memenuhi banyaknya permintaan pelanggan. Dengan pem-bangunan pabrik-pabrik barunya pula, Bluder Cokro ikut andil untuk menggerakkan perekonomian rakyat dengan terbukanya lapangan kerja. Penggunaan teknologi canggih berstandar food grade internasional juga dimanfaatkan untuk memenuhi target produksi setiap harinya.

Di tingkat lokal, Kota Madiun memiliki potensi besar dalam industri oleh-oleh khas, salah satunya melalui produk Bluder Cokro yang telah berdiri sejak tahun 1989 dan dikenal luas sebagai ikon oleh-oleh khas daerah. Fenomena empiris menunjukkan bahwa minat beli terhadap produk ini cukup tinggi, terutama pada momen tertentu seperti libur Lebaran 2025, di mana terjadi peningkatan permintaan hingga dua kali lipat dibandingkan hari biasa, bahkan menyebabkan antrean panjang dan peningkatan kapasitas produksi hingga 24 jam . Namun demikian, jika dianalisis lebih kritis, peningkatan permintaan tersebut bersifat musiman dan belum tentu mencerminkan minat beli yang stabil dalam jangka panjang. Selain itu, meningkatnya persaingan dari bakery modern seperti Bluder Moju dan Bluder Kresna menunjukkan bahwa konsumen kini memiliki lebih banyak alternatif pilihan, sehingga perilaku pembelian menjadi lebih rasional dan selektif.

Kualitas Produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, yang meliputi aspek rasa, tekstur, daya tahan, dan tampilan Putra et al., (2022) Dalam konteks Bluder Cokro yang dikenal

memiliki cita rasa khas dan tekstur yang lembut, kualitas produk menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen. Penelitian Putra et al., (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli karena mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen, Sedangkan Basuki et al., (2022) menegaskan pentingnya menjaga kualitas produk agar minat beli konsumen meningkat. Oleh karena itu, pada produk bakery seperti Bluder Cokro, indikator rasa dan tampilan menjadi aspek yang penting untuk dikaji karena keduanya berhubungan langsung dengan persepsi awal konsumen terhadap kualitas produk.

Pada variabel kualitas produk, permasalahan utama yang perlu diperhatikan adalah aspek rasa dan tampilan. Bluder Cokro dikenal sebagai roti legendaris khas Madiun dengan rasa istimewa dan tekstur lembut, sehingga konsumen memiliki ekspektasi tinggi terhadap konsistensi kualitas produk. Namun, banyaknya varian rasa yang ditawarkan dapat menimbulkan tantangan dalam menjaga keseragaman standar rasa antarproduk. Selain itu, karakteristik Bluder Cokro sebagai produk tanpa bahan pengawet dengan daya tahan sekitar 6–9 hari membuat rasa, tekstur, dan kesegaran produk berpotensi berubah seiring waktu penyimpanan, penjualan Bluder Cokro melalui marketplace memperluas akses konsumen, tetapi juga menimbulkan risiko terhadap bentuk dan kerapian produk akibat proses pengemasan dan pengiriman.

Meskipun Bluder Cokro memperoleh rating positif, yaitu 4,1 dari 5 di Tripadvisor dan 4,8 dari sekitar 19,8 ribu penilaian pada salah satu toko Shopee, skor tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ruang perbaikan dalam

pengalaman konsumen. Bluder Cokro dikenal sebagai roti legendaris khas Madiun dengan rasa istimewa dan tekstur lembut. Website resmi Cokro Group juga menekankan bahwa rasa dan kelembutan menjadi daya tarik utama produk. Karena rasa menjadi kekuatan utama merek, konsumen cenderung memiliki ekspektasi tinggi. Permasalahan muncul apabila rasa antarvarian atau antarwaktu pembelian tidak selalu konsisten, misalnya rasa terlalu manis, isian kurang merata, atau rasa berubah ketika produk tidak lagi segar.

Selain rasa, indikator tampilan juga menjadi bagian penting dari kualitas produk. Pada produk bakery, tampilan produk dapat membentuk kesan pertama konsumen sebelum produk dikonsumsi. Roti yang terlihat rapi, menarik, tidak penyok, dan dikemas dengan baik akan memberikan persepsi bahwa produk memiliki kualitas yang baik. Sebaliknya, tampilan yang kurang menarik, bentuk produk yang berubah, atau kemasan yang kurang kuat dapat menurunkan penilaian konsumen terhadap kualitas produk. Penelitian Sudrajat et al., (2024) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada makanan yang dipasarkan melalui layanan daring, sehingga kemasan dan pengiriman perlu dipandang sebagai bagian dari pengalaman kualitas produk. Permasalahan ini semakin penting karena Bluder Cokro tidak hanya dibeli langsung di toko, tetapi juga dijual melalui marketplace. Pada salah satu toko Shopee, produk Bluder Cokro memperoleh rating 4,8 dari sekitar 19,8 ribu penilaian dan dijual dalam berbagai bentuk kemasan, seperti kemasan mika, dus, serta paket isi beberapa pcs. Penjualan secara online memperluas jangkauan pasar, tetapi juga menimbulkan risiko terhadap tampilan produk

karena proses pengemasan dan pengiriman dapat memengaruhi bentuk, kerapian, serta kesegaran produk ketika diterima konsumen.

Penjualan Bluder Cokro melalui marketplace memperluas akses konsumen, tetapi juga menimbulkan risiko terhadap bentuk dan kerapian produk akibat proses pengemasan dan pengiriman. Kondisi ini relevan dengan penelitian Sudrajat et al., (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli makanan melalui layanan digital atau *online food delivery*. Selain itu, penelitian Amalia et al., (2026) tentang desain kemasan dan minat beli menunjukkan bahwa kemasan tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga memengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian.

Varian produk juga berperan penting dalam menarik minat beli konsumen. Varian produk merupakan keberagaman pilihan yang ditawarkan kepada konsumen, baik dari segi rasa, ukuran, maupun inovasi (Kasman et al., 2023). Bluder Cokro yang menyediakan berbagai pilihan rasa memberikan fleksibilitas bagi konsumen dalam menentukan pilihan sesuai preferensinya. Kasman et al., (2023) menyatakan bahwa varian produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli karena semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini diperkuat oleh Peong et al., (2023) yang menunjukkan bahwa variasi produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap purchase intention.

Bluder Cokro sebagai produk oleh-oleh khas Madiun memiliki beragam varian produk yang disesuaikan dengan preferensi konsumen. Produk yang paling banyak diminati adalah Bluder Single, terutama varian coklat, keju, dan

kismis karena praktis, harga terjangkau, dan mudah dikonsumsi. Selain itu, varian premium seperti abon dan cokelat kacang juga memiliki tingkat permintaan tinggi karena menawarkan rasa yang lebih variatif dan unik. Di sisi lain, produk berukuran besar seperti bluder sobek dan krumpul cenderung dibeli sebagai oleh-oleh keluarga, sehingga permintaannya relatif lebih rendah dibanding produk satuan, namun tetap stabil. Keberagaman varian produk ini menunjukkan bahwa strategi diferensiasi produk menjadi faktor penting dalam menarik minat beli konsumen. Hal ini diperkuat oleh penelitian mengenai diferensiasi produk pada pasar makanan yang menunjukkan bahwa perusahaan makanan dapat membedakan produk melalui aspek kualitas, ukuran, rasa, serta karakteristik produk untuk menjangkau segmen konsumen yang berbeda. Selain itu, penelitian terkait variasi produk juga menunjukkan bahwa keberagaman produk dan harga dapat memengaruhi keputusan pembelian karena konsumen memiliki alternatif yang lebih sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan kemampuan belinya (Haitao, 2022).

Banyaknya varian rasa menjadi daya tarik, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam menjaga minat konsumen terhadap seluruh varian. Tidak semua varian memiliki tingkat permintaan yang sama, sehingga ada kemungkinan konsumen hanya berfokus pada varian populer seperti cokelat, keju, kismis, atau abon sapi. Banyaknya rasa dapat memperluas pilihan konsumen, tetapi juga berpotensi membuat konsumen bingung dalam menentukan pilihan, jika konsumen tidak memiliki informasi yang cukup

tentang rasa baru, minat beli dapat tetap tertuju pada varian lama yang sudah dikenal.

Bluder Cokro Group memiliki beberapa jenis produk, seperti Bluder, Bluder Sobek, Bluder Krumpul, Bluder Kasur, Bluder Krispi, Spiku, dan Kue Cokro. Keberagaman produk menunjukkan adanya strategi diferensiasi. Namun, keberagaman ini juga menimbulkan tantangan dalam mengomunikasikan perbedaan antarproduk kepada konsumen. Konsumen yang belum familiar dapat kesulitan membedakan fungsi, ukuran, isi, dan keunggulan tiap jenis produk. Pada Shopee Official Store, Cokro memiliki sekitar 80 produk, termasuk paket Bluder Standar, Bluder Spesial, Best Seller, Choco Crunchy, Cookies & Cream, Cokelat Series, Keju Series, Bluder Krumpul, Bluder Krispi, dan produk kue lain. Banyaknya pilihan di marketplace dapat menjadi keunggulan, tetapi juga dapat menimbulkan masalah pilihan berlebih. Konsumen dapat membutuhkan waktu lebih lama untuk memilih, membandingkan harga, isi paket, rasa, dan kategori produk.

Tabel 1.1 Data Produk Bluder Cokro (Berdasarkan Variasi & Permintaan)

No	Jenis Produk	Varian Rasa	Kategori Permintaan
1	Bluder Single	Cokelat, Keju, Kismis, Original	Tinggi
2	Bluder Premium	Abon, Nutella, Cokelat Kacang	Tinggi
3	Bluder Besar	Sobek, Krumpul, Kasur	Sedang–Tinggi
4	Produk Lain	Spiku, Bluder Krispi	Sedang

Sumber : <https://www.cokrogroup.com>

Popularitas merek atau brand awareness juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi minat beli. Popularitas merek adalah kemampuan konsumen untuk mengenali dan mengingat suatu merek (Komaludin & Cokki, 2023). Bluder Cokro yang telah lama dikenal sebagai oleh-oleh khas Madiun memiliki keunggulan dalam hal pengenalan merek. Komaludin & Cokki, (2023) menyatakan bahwa popularitas merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli karena meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Penelitian Kanıtlar, (2024) juga menunjukkan bahwa brand awareness memiliki pengaruh positif terhadap niat beli konsumen.

Website resmi Cokro Group menyebut Bluder Cokro sebagai produk roti legendaris dari Madiun, berdiri sejak tahun 1989 di Jalan Cokroaminoto No. 36 Madiun, dan tetap diburu masyarakat hingga saat ini. Bluder Cokro memiliki pengenalan merek yang kuat sebagai ikon oleh-oleh khas Madiun. Namun, popularitas tersebut cenderung kuat pada pasar lokal dan konsumen yang sudah mengenal Madiun, sehingga masih perlu dikaji apakah merek ini dikenal luas oleh konsumen di luar daerah atau konsumen baru. Cokro Group memiliki halaman reseller resmi dan menampilkan angka 107 reseller. Jumlah reseller menunjukkan adanya perluasan distribusi. Namun, jika dibandingkan dengan bakery nasional, jangkauan Bluder Cokro masih relatif terbatas, sehingga popularitas merek belum tentu sekuat kompetitor berskala nasional.

Tripadvisor mencatat Bluder Cokro memperoleh sekitar 101 ulasan dan rating sekitar 4,0/5 serta berada pada peringkat atas kategori restoran atau bakery di Madiun. Reputasi Bluder Cokro secara umum positif, tetapi rating

belum mencapai skor maksimal. Ini menunjukkan masih ada ruang perbaikan dalam pengalaman konsumen, baik dari sisi produk, pelayanan, ketersediaan, maupun pengalaman pembelian. Pada salah satu toko Shopee, Bluder Cokro Store memperoleh rating 4,8 dari sekitar 19,8 ribu penilaian dan memiliki sekitar 20,3 ribu pengikut. Reputasi online tergolong baik, tetapi belum sempurna. Dalam konteks penelitian, rating yang tinggi tetap dapat menyimpan keluhan minor, misalnya terkait pengiriman, kondisi produk, rasa, kemasan, atau ketidaksesuaian ekspektasi konsumen. Reputasi positif ini dapat memperkuat kepercayaan konsumen dan mendorong minat beli, terutama bagi konsumen yang menjadikan rating dan ulasan sebagai bahan pertimbangan sebelum membeli.

Popularitas merek menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi minat beli konsumen. Merek yang memiliki tingkat pengenalan tinggi cenderung lebih mudah diingat dan dipercaya oleh konsumen ketika melakukan pembelian. Dalam industri oleh-oleh khas Madiun, Bluder Cokro menghadapi persaingan dengan beberapa merek sejenis, seperti Bluder Moju dan Bluder Kresna. Bluder Cokro memiliki keunggulan sebagai merek yang telah berdiri sejak tahun 1989 dan dikenal luas sebagai salah satu ikon oleh-oleh khas Kota Madiun. Sementara itu, Bluder Moju hadir dengan konsep yang lebih modern dan aktif memanfaatkan pemasaran digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Di sisi lain, Bluder Kresna juga menawarkan produk bluder dengan berbagai varian rasa dan terus memperkuat keberadaannya di pasar oleh-oleh lokal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun Bluder

Cokro memiliki kekuatan historis dan tingkat pengenalan merek yang tinggi di masyarakat, persaingan dengan merek lain yang terus berkembang membuat popularitas merek menjadi faktor yang penting untuk diteliti dalam kaitannya dengan minat beli konsumen.

Harga merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan dalam keputusan pembelian. Harga adalah sejumlah nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks Bluder Cokro yang memiliki harga relatif terjangkau dibandingkan kompetitor, harga menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen. Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, (2024) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang karena konsumen mempertimbangkan keterjangkauan dan kesesuaian antara harga dan kualitas. Namun demikian, hubungan harga dengan minat beli tidak selalu bersifat linear, karena dalam beberapa kondisi harga yang lebih tinggi dapat meningkatkan persepsi kualitas produk.

Harga juga menjadi faktor penting yang memengaruhi minat beli konsumen. Dalam konteks Bluder Cokro, harga produk bervariasi berdasarkan jenis dan varian rasa. Berdasarkan katalog resmi Cokro Zona A yang mencakup Madiun, Kabupaten Madiun, Ponorogo, Magetan, dan Ngawi, harga Bluder Cokro Original sebesar Rp10.000, Bluder Standar sebesar Rp11.500, Bluder Spesial sebesar Rp14.000, dan varian baru berada pada kisaran Rp15.000–Rp16.000. Perbedaan harga tersebut menunjukkan adanya segmentasi harga antarvarian, sehingga konsumen tidak hanya mempertimbangkan keterjangkauan harga,

tetapi juga kesesuaian antara harga, rasa, kualitas, dan manfaat produk yang diterima.

Tabel 1.2 Harga Produk Bluder Cokro

No	Produk	Harga Tertera	Temuan Data	Indikasi Permasalahan Harga
1	Bluder Cokro Original	Rp10.000	Harga dasar Bluder Cokro	Menjadi acuan harga termurah Cokro, tetapi masih lebih tinggi dibanding harga terendah Bluder Papa.
2	Bluder Cokro Standar	Rp11.500	Naik 15% dari varian original	Konsumen yang memilih rasa umum seperti coklat, keju, atau kismis harus membayar lebih mahal.
3	Bluder Cokro Spesial	Rp14.000	Naik 40% dari varian original	Harga premium perlu diimbangi persepsi kualitas/rasa agar tidak dianggap terlalu mahal.
4	Bluder Cokro Varian Baru	Rp15.000– Rp16.000	Naik 50%–60% dari varian original	Rentang harga cukup lebar dapat memengaruhi minat beli konsumen yang sensitif terhadap harga.

Tabel 1.3 Data Perbedaan Harga Produk

Merek	Rentang Harga	Karakteristik Produk	Indikasi Permasalahan
Bluder Cokro	Rp10.000–Rp16.000	Produk bluder khas Madiun dengan kategori original, standar, spesial, dan varian baru.	Harga meningkat antarvarian, sehingga perlu dilihat apakah kenaikan harga sebanding dengan kualitas rasa, isian, ukuran, tekstur, dan tampilan produk.
Bluder Moju	Rp9.000–Rp15.000	Produk bluder modern dengan berbagai pilihan rasa dan kemasan yang menarik untuk segmen konsumen muda.	Harga beberapa varian relatif lebih rendah dibanding Bluder Cokro sehingga dapat menjadi alternatif bagi konsumen yang mempertimbangkan aspek keterjangkauan harga.
Bluder Kresna	Rp10.000–Rp17.000	Produk bluder dengan variasi rasa dan ukuran yang beragam serta dipasarkan sebagai oleh-oleh khas daerah.	Memiliki rentang harga yang kompetitif sehingga konsumen dapat membandingkan nilai manfaat, kualitas, dan harga dengan produk Bluder Cokro sebelum melakukan pembelian.

Sumber: <https://menukuliner.net>, <https://www.tripadvisor.co.id>

Berdasarkan Tabel 1.3, dapat diketahui bahwa Bluder Cokro, Bluder Moju, dan Bluder Kresna memiliki rentang harga yang relatif bersaing. Bluder Cokro menawarkan produk dengan harga mulai Rp10.000 hingga Rp16.000, sedangkan Bluder Moju memiliki rentang harga sekitar Rp9.000 hingga Rp15.000 dan Bluder Kresna sekitar Rp10.000 hingga Rp17.000. Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa konsumen memiliki beberapa alternatif produk bluder dengan karakteristik dan tingkat harga yang berbeda.

Bluder Moju menawarkan harga awal yang lebih rendah dibandingkan Bluder Cokro sehingga berpotensi menarik konsumen yang sensitif terhadap harga. Sementara itu, Bluder Kresna memiliki rentang harga yang hampir sama bahkan lebih tinggi pada beberapa varian, sehingga persaingan tidak hanya

terjadi pada aspek harga tetapi juga pada kualitas produk, variasi rasa, ukuran, serta citra merek yang dimiliki masing-masing produk.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan keterjangkauan harga, tetapi juga membandingkan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas produk yang diterima. Apabila konsumen menilai kualitas, rasa, tekstur, ukuran, dan citra merek Bluder Cokro lebih baik dibandingkan kompetitornya, maka harga yang ditawarkan akan dianggap sesuai. Sebaliknya, apabila konsumen menilai kualitas produk relatif sama dengan Bluder Moju maupun Bluder Kresna, maka harga dapat menjadi faktor yang menentukan minat beli konsumen.

Minat beli merupakan salah satu konsep penting dalam perilaku konsumen. Menurut Kotler & Keller, (2022), minat beli adalah kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian yang muncul sebagai respon terhadap rangsangan pemasaran. Sejalan dengan itu, Mahali, (2023) menyatakan bahwa minat beli merupakan tahap sebelum keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap suatu produk. Dengan demikian, untuk memahami fenomena tingginya minat beli pada Bluder Cokro, perlu dianalisis faktor-faktor yang membentuk persepsi tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kualitas produk, varian produk, popularitas merek, dan harga terbukti memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Namun, penelitian sebelumnya masih lebih banyak dilakukan pada objek marketplace, fashion, fast food, coffee shop, minimarket, atau UMKM secara umum. Penelitian yang secara khusus mengkaji produk oleh-oleh lokal

legendaris seperti Bluder Cokro Kota Madiun masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian terdahulu cenderung menguji variabelvariabel tersebut secara terpisah, sehingga belum banyak penelitian yang menggabungkan kualitas produk, varian produk, popularitas merek, dan harga dalam satu model penelitian untuk menjelaskan minat beli konsumen pada produk bakery khas daerah.

Meskipun berbagai penelitian telah membuktikan bahwa kualitas produk, varian produk, popularitas merek, dan harga berpengaruh terhadap minat beli, terdapat beberapa kesenjangan penelitian yang perlu diperhatikan. 1. Sebagian besar penelitian terdahulu mengkaji variabel-variabel tersebut secara parsial dan belum banyak yang menguji secara simultan dalam satu model penelitian terpadu. 2. Objek penelitian umumnya berfokus pada produk umum atau brand nasional, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan kondisi pada produk lokal seperti Bluder Cokro. 3. masih terbatas penelitian yang mengkaji minat beli pada industri oleh-oleh khas daerah dalam konteks persaingan modern yang semakin kompleks.

Berdasarkan penelitian terdahulu, pengaruh kualitas produk terhadap minat beli masih menunjukkan hasil yang belum konsisten. Beberapa penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Putra et al., (2022) menjelaskan bahwa kualitas produk berperan dalam membentuk minat beli sebagai variabel intervening dalam keputusan pembelian.

Temuan serupa juga ditunjukkan oleh Karmilah et al., (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk bersama promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada UMKM Keripik Singkong Wahana Snack. Selain itu, Widad et al., (2024) menegaskan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor penting dalam menarik minat beli konsumen pada UMKM sekitar Kampus Universitas Nurul Jadid. Namun, hasil tersebut berbeda dengan penelitian Kasman et al., (2023), yang menemukan bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen marketplace Lazada. Hasil yang tidak signifikan juga ditemukan dalam penelitian mengenai layanan online food delivery di Tangerang, di mana kualitas produk secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap purchase intention.

Perbedaan temuan tersebut menunjukkan adanya research gap, yaitu belum adanya kesimpulan yang seragam mengenai apakah kualitas produk selalu menjadi faktor utama yang memengaruhi minat beli konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menguji kembali pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada konteks produk bakery lokal, khususnya Bluder Cokro Kota Madiun, karena karakteristik produk makanan lokal, ekspektasi konsumen terhadap rasa, tekstur, tampilan, dan kesegaran produk dapat menghasilkan temuan yang berbeda dari penelitian terdahulu.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, pengaruh kualitas produk, varian produk, popularitas merek, dan harga terhadap minat beli masih menunjukkan temuan yang belum sepenuhnya konsisten. Pada variabel kualitas

produk, Prabowo & Kinasih, (2023) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, sedangkan Kasman et al., (2023) menunjukkan hasil berbeda, yaitu kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen marketplace Lazada. Ketidakkonsistenan juga tampak pada variabel varian atau variasi produk. Penelitian pada Etapasbar.id Bandung menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sementara Peong et al., (2023) menemukan bahwa product variety tidak berpengaruh signifikan dalam memprediksi purchase intention pada galeri UMKM Perumda Bidadari. Pada variabel popularitas merek atau brand awareness, hasil penelitian juga beragam; beberapa penelitian menunjukkan bahwa brand awareness memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention, tetapi penelitian lain menyebutkan bahwa brand awareness tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap purchase intention. Demikian pula pada variabel harga, Prabowo & Kinasih, (2023) menemukan bahwa penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan penelitian lain pada konteks e-commerce menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap, yaitu belum adanya kesimpulan yang seragam mengenai sejauh mana kualitas produk, varian produk, popularitas merek, dan harga mampu memengaruhi minat beli konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menguji kembali pengaruh keempat variabel tersebut secara simultan pada

konteks produk bakery lokal, khususnya Bluder Cokro Kota Madiun, karena karakteristik produk makanan khas daerah, kekuatan merek lokal, keberagaman varian rasa, serta persepsi harga konsumen dapat menghasilkan temuan yang berbeda dibandingkan penelitian sebelumnya pada marketplace, fashion, coffee shop, maupun UMKM secara umum.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pemilihan Bluder Cokro Kota Madiun sebagai objek penelitian serta penggunaan empat variabel utama secara simultan, yaitu kualitas produk, varian produk, popularitas merek, dan harga. Bluder Cokro memiliki karakteristik unik karena tidak hanya berfungsi sebagai produk makanan, tetapi juga sebagai ikon oleh-oleh khas Kota Madiun yang memiliki nilai historis dan reputasi lokal. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi minat beli konsumen, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak selalu berpengaruh signifikan. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh faktor pemasaran terhadap minat beli sangat bergantung pada konteks objek, karakteristik produk, dan persepsi konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian perilaku konsumen serta kontribusi praktis bagi Bluder Cokro dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **"Pengaruh kualitas produk, varian produk, popularitas merek, dan harga terhadap minat beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun"**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan dapat di pertanggungjawabkan secara ilmiah, maka peneliti menetapkan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dibatasi pada produk Bluder Cokro di Kota Madiun.
2. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh kualitas produk, varian produk, popularitas merek, dan harga terhadap minat beli.
3. Pemilihan variabel dalam penelitian ini didasarkan pada relevansi dengan fenomena dan didukung oleh penelitian terdahulu, sehingga variabel lain di luar penelitian tidak dibahas agar penelitian lebih fokus.
4. Penelitian ini difokuskan pada minat beli konsumen, sehingga tidak sampai membahas keputusan pembelian, loyalitas konsumen, maupun kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun?
2. Apakah Varian Produk berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun?
3. Apakah Popularitas Merek berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun?
4. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun?

5. Apakah Kualitas Produk, Varian Produk, Popularitas Merek, dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Varian Produk terhadap Minat Beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Popularitas Merek terhadap Minat Beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Minat Beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk, Popularitas Merek, dan Harga secara simultan terhadap Minat Beli konsumen pada Bluder Cokro Kota Madiun.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran,

khususnya terkait perilaku konsumen. Penelitian ini memperkaya kajian mengenai pengaruh kualitas produk, varian produk, popularitas merek, dan harga terhadap minat beli konsumen dalam konteks produk oleh-oleh lokal. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji variabel serupa dengan objek yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan (Bluder Cokro)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, khususnya dalam meningkatkan minat beli konsumen. Hasil penelitian dapat digunakan untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan mempengaruhi minat beli, sehingga perusahaan dapat memfokuskan strategi pada aspek tersebut, seperti peningkatan kualitas produk, pengembangan varian, penguatan merek, atau penyesuaian harga.

b. Bagi Pelaku Usaha Bakery dan Oleh-oleh

Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di industri bakery dan oleh-oleh, sehingga dapat menjadi acuan dalam meningkatkan daya saing usaha, khususnya bagi pelaku UMKM di bidang kuliner.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan pembanding dalam penelitian selanjutnya.