

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan perusahaan yang terdiri dari berbagai macam perusahaan seperti perusahaan makanan atau minuman berkembang dengan cepat. Perusahaan dituntut untuk mengerti kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan yang sesuai keinginan konsumen.

Banyaknya pelaku pasar yang bersaing di industri, maka semakin menambah pilihan kepada konsumen untuk cerdas dalam memilih penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhannya dan konsumen semakin dimanjakan atas berbagai pilihan produk yang ada. Akibatnya konsumen akan semakin diuntungkan, inilah salah satu sebab mengapa setiap perusahaan perlu memiliki kualitas dalam membangun produknya, perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama, membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu mementingkan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan dan biaya pelayanan lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal baru.

Hal lain yang harus diperhatikan dalam upaya menciptakan kepuasan pelanggan adalah dengan produk yang ditawarkan perusahaan harus berkualitas. Kualitas produk atau jasa dan kepuasan merupakan dua hal yang terkait erat. Semakin tinggi tingkat kualitas produk atau jasa, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Ketika pelanggan merasa puas terhadap produk yang diberikan oleh suatu perusahaan maka pelanggan akan cenderung untuk kembali melakukan pembelian ulang terhadap produk yang menimbulkan loyalitas pada pelanggan.

Salah satu usaha untuk membantu kebutuhan manusia pada masa sekarang yaitu yang bersifat instan, efisien, dan efektif adalah usaha dalam bidang kuliner. Setiap manusia pasti membutuhkan makanan dan minuman, hal ini menimbulkan banyak pengusaha dalam bidang industri pangan untuk memberikan atau menyajikan produk yang beragam dan cepat dalam penyajian. Berbagai macam cara dilakukan pengusaha kuliner agar mampu bersaing dalam bidang kuliner.

Persaingan pada dunia makanan atau minuman yang semakin tinggi, mendorong kepada setiap perusahaan untuk terus berinovasi dan mengembangkan strategi usaha dengan cara mempertahankan dan mengembangkan kualitas produknya. Salah satu produk yang bergerak dibidang makanan cepat saji yaitu mie instan. Mie instan sekarang ini sudah bisa didapatkan dimana saja, mulai dari warung hingga ke supermarket. Mie instan saat ini tersedia dalam berbagai macam rasa , merek, dan bentuk kemasan yang beragam. Di indonesia, mie instan sering kali dijadikan sebagai makanan pengganti nasi karena jenis makanan ini mudah untuk didapatkan dan cepat untuk disajikan. Penduduk Indonesia merupakan penduduk yang rata- rata mengkonsumsi makanan pokok lebih dari satu jenis makanan lebih dari satu jenis makanan pokok, yaitu nasi, sagu, ubi dan mie. Menurut sumber *Wourd Instan Noodle Association (WINA) 2015*, Indonesia menempati urutan ke-2 sebagai negara yang penduduknya gemar mengkonsumsi mie setelah negara Cina.

Bedasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMIE”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Indomie?
2. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Indomie?
3. Apakah variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Indomie?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini digunakan untuk:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel harga terhadap loyalitas konsumen Indomie
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Indomie
3. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Indomie

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mendapat memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan teori pemasar dan perilaku konsumen. Khususnya digunakan sebagai *alternative* dalam mempertahankan loyalitas konsumen

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi produsen Indomie agar memberikan kualitas terbaik sehingga loyalitas konsumen meningkat terhadap produk Indomie.