

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi persaingan dalam bidang usaha di Indonesia semakin ketat hal ini didukung dengan seiring berkembangnya teknologi yang semakin canggih. Loyalitas pelanggan termasuk peran penting dalam organisasi bisnis atau usaha yang dilakukan. Komponen sikap pelanggan merupakan gagasan niat untuk kembali membeli produk atau jasa dari perusahaan yang sama. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perusahaan dapat menciptakan kualitas produk yang baik dan citra merek yang baik. Dengan seperti itu pelanggan akan memberikan rasa loyalitas terhadap produk.

Loyalitas yaitu memegang komitmen yang sangat mendalam untuk membeli kembali produk atau layanan yang disukai secara teratur yang akan menyebabkan pembelian berulang dari merek yang sama terlepas dari upaya pemasaran dan pengaruh situasional yang berpotensi untuk mengakibatkan perilaku beralih ke yang lain (Osman and Sentosa, 2014) dalam (Minawati, 2017)

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Kualitas yang bagus dapat menjadikan persepsi utama dari pelanggan terhadap keseluruhan tentang kualitas produk. Kualitas produk adalah nilai utama layak atau tidaknya suatu produk untuk mendapatkan rasa loyalitas pelanggan. Pembuatan produk dengan kualitas yang bagus dapat membuat pelanggan menjadi puas dan dapat meningkatkan loyalitas

pelanggan. Pelanggan yang menceritakan rasa puasnya terhadap produk yang didapat kepada orang lain dapat dikategorikan sebagai pelanggan yang sudah loyal terhadap suatu produk dan ingin orang lain juga mendapatkan rasa yang sama degannya. Kualitas produk (*product quality*) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keteladanan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan Kotler dan Amstrong, (2008) dalam (Dennisa & Santoso, 2016)

Citra merek merupakan salah satu identitas bagi perusahaan yang membedakan dengan produk pesaing. Memiliki desain atau bentuk produk yang menonjol dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi pelanggannya. Sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengenali dan membedakan produk perusahaan dengan produk pesaingnya. Memberikan keyakinan dan jaminan kualitas terhadap konsumen dapat memberikan citra merek yang baik bagi perusahaan. Dengan memiliki citra merek yang baik perusahaan dapat meraih dan mempertahankan loyalitas dari konsumen. Menurut Kotler & Keller (2012:271) dalam (Purnama, 2019) citra merek menggambarkan sifat ekstrinsik dari suatu produk, termasuk bagaimana cara merek tersebut dapat memberikan efek psikologis atau sosial bagi pelanggan.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan karena membandingkan kinerja yang sebenarnya (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2008) dalam (Tias Widiaswara dan Sutopo, 2017) Dengan menciptakan kualitas produk yang baik dapat

membuat kepuasan pelanggan serta menghasilkan pelanggan yang loyal. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan diperlukan citra merek yang baik. Beragam kebutuhan dan keinginan pelanggan membuat perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan kualitas yang baik agar mendapatkan kepuasan pelanggan, dengan itu pelanggan akan kembali membeli atau loyal.

Perlu diketahui bahwa pengembangan desa wisata pengembangan pariwisata yang melibatkan sumber daya masyarakat yang berada di kawasan wisata dan sekitarnya. Melalui desa wisata akan menjadi perwakilan suatu daerah dalam memperkenalkan budaya, sejarah, alam dan seni. Dampak yang akan terjadi yaitu akan banyak para wisatawan lokal atau asing yang berdatangan untuk mengunjungi wisata-wisata yang ada di Indonesia. Salah satu yang ada di Sukoharjo, Trangsan yang menarik dijadikan desa wisata. Desa ini memiliki suasana pedesaan yang masih alami dan tradisional serta desa ini juga memiliki keunggulan yaitu industri rotan yang sudah banyak dikenal hingga pangsa luar negeri dimana mayoritas masyarakatnya adalah pengrajin rotan. Kerajinan rotan inilah yang akan dijadikan produk unggulan Desa Trangsan untuk menjadi Desa Wisata.

Industri rotan di desa Trangsan, kabupaten Sukoharjo tersebut sudah ada turun temurun. Desa tersebut merupakan penghasil komoditi ekspor furniture rotan yang besar di Indonesia. Sempat mengalami keterpurukan pada krisis global pada 2008/2009 lalu dan diperparah dengan adanya krisis bahan baku pada 2011, sekarang industri rotan di Trangsan mulai berkembang kembali

dibawah binaan Pemerintah Daerah dan Lembaga-lembaga ekonomi di sektor ekonomi dan keuangan seperti Bank Indonesia. Seiring dengan kembali berkembangnya industri rotan di desa Trangsan saat ini Desa Trangsan membuka Desa Wisata Rotan Trangsan pada bulan Oktober tahun 2016 lalu. Melihat latar belakang tersebut menjadi dasar bagi penulisan untuk mengajukan penelitian berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusana permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk rotan di Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk rotan di Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo?
3. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk rotan di Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo?
4. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk rotan di Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo?

5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk rotan di Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini merupakan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo.
3. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan di Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo.
4. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan di Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo.
5. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Desa Wisata Rotan Trangsan Sukoharjo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan fokus yang diteliti dan dapat menambah wawasan terkait pada teori-teori yang ada.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan penulis dan mampu menjadi referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam mengatasi permasalahan yang terkait dengan kualitas produk, citra merek, dan keputusan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sehingga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam kebijakan-kebijakan di Desa Wisata Rotan Trangsan.

c. Bagi Akademik

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sumber acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dan penelitian selanjutnya bisa memperbaiki hal-hal yang masih kurang pada penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Landasan Teori 8
- B. Penelitian Terhadulu 14
- C. Kerangka Pemikiran 22
- D. Perumusan Hipotesis 22

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis atau Pendekatan Penelitian 24
- B. Populasi dan Sampel Penelitian 25
- C. Data dan Sumber Data 28
- D. Metode Pengumpulan Data 28
- E. Analisis Data 29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Responden 36
- B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 41
- C. Analisis Jalur (Path Analysis) 43
- D. Uji Asumsi Klasik 47
- E. Uji Hipotesis 52
- F. Pembahasan 56

BAB V PENUTUP

- A. Simpulan 59
- B. Keterbatasan Penelitian 60
- C. Saran 60

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**