

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era persaingan yang sangat ketat saat ini, perilaku pembelian seseorang merupakan sesuatu yang sangat unik. Karena obyek pada setiap orang berbeda-beda. Selain itu konsumen juga berasal dari beberapa segmen, sehingga kebutuhan dan keinginan juga berbeda. Ada beberapa factor yang berpengaruh terhadap proses kepuasan pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek pasar, selanjutnya perlu berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik pada produk yang dihasilkan. Sedangkan konsumen menginginkan produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harga dan kebutuhan yang diinginkan. Karena pelanggan semakin selektif dalam memilih produk untuk digunakan. Hal inilah yang membuat perusahaan harus mempunyai inovasi yang menarik karena semakin ketatnya persaingan untuk mendapat perhatian konsumen. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Amstrong, 2011).

Perusahaan bahkan perlu melakukan suatu pendekatan kepada konsumen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu pelanggan akan mendapat kepuasan sehingga mereka senang dan bersedia menjadi pelanggan tetap. Beberapa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk yang mencerminkan kemampuan produk

untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kekuatan kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk (Kotler dan Amstrong, 2006). Guna memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan harus memberi kualitas produk yang bagus, dan juga pelayanan yang baik untuk dapat mempertahankan pelanggan dan harga yang terjangkau.

Semakin majunya perkembangan zaman maka menyebabkan masyarakat melupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang sudah dikenal di seluruh dunia yaitu Batik. Oleh karena para produsen batik akan berlomba untuk memenuhi permintaan pasar bukan sekedar pasar local tapi sudah merambah ke pasar internasional, hal ini disebabkan karena banyaknya desainer yang dapat mengangkat citra batik di setiap pameran sehingga sekarang ini batik tidak hanya dikenal sebagai pakaian atau kain tradisional namun juga pakaian yang bisa diikuti sesuai zaman namun tetap mempertahankan ciri khas batik, sehingga banyak konsumen di luar negeri yang berminat pada batik Indonesia.

Menurut (Kotler dan Amstrong 2001) promosi merupakan suatu program yang memberi informasi kepada konsumen mengenai keunggulan produk. Kegiatan promosi selain iklan atau ublisitas. Yang termasuk kegiatan promosi adalah peragaan, pertunjukan, pameran, demonstrasi. Promosi berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berbelanja.

Setelah promosi, terdapat factor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harga. Menurut (Lewis, 1997) Harga adalah jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima penjual. Harga

merupakan salah satu factor penting dalam perusahaan untuk mendapat laba. Pelaku usaha harus berusaha menetapkan harga yang terjangkau sehingga dapat lebih unggul dari pesaing. Maka dengan adanya kebijakan harga, potongan harga yang telah ditentukan perusahaan diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

Untuk mendapat kepuasan terhadap pelanggan, maka dibutuhkan beberapa factor pendukung yaitu kualitas produk, harga dan promosi. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya meberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan (Tjiptono, 2005).

Loyalitas jasa menurut Gramer dan Brown (utomo 2006) yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Sedangkan menurut Tjiptono (2014) loyalitas konsumen yaitu komitmen konsumen terhadap suatu merek, *took* atau pemasok berdasar sifat positif dalam pembelian jangka Panjang. Dapat disimpulkan bahwa kesetiaan pada merek diperoleh karena adanya kepuasan konsumen.

Dari data diatas yang telah dibahas bahwa seorang konsumen yang memiliki minat beli maka akan mencari tahu informasi lebih mendalam mengenai produk yang akan dia gunakan dan beberapa informasi yang mereka cari adalah mengenai kualitas produk dan harga melalui promosi atau dari referensi teman, melihat dari apa yang konsumen cari untuk meyakinkan

minat beli maka peneliti ingin meneliti sejauh mana pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen terlebih terhadap minat beli Kampoeng Batik Laweyan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi Batik terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen dengan judul analisis kualitas produk, harga, promosi terhadap loyalitas konsumen kampoeng batik laweyan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kampung Batik Laweyan ?
2. Bagaimana pengaruh antara promosi terhadap kepuasan konsumen di Kampung Batik Laweyan ?
3. Bagaimana pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen di Kampung Batik Laweyan ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Kampung Batik Laweyan ?
5. Bagaimana pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen di Kampung Batik Laweyan ?
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di Kampung Batik Laweyan ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasar rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini bertujuan guna :

1. Untuk menganalisis pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kampung Batik Laweyan
2. Untuk menganalisis pengaruh antara promosi terhadap kepuasan konsumen di Kampung Batik Laweyan
3. Untuk menganalisis pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen di Kampung Batik Laweyan
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Kampung Batik Laweyan
5. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen di Kampung Batik Laweyan
6. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di Kampung Batik Laweyan

### **D. Manfaat Penelitian**

Sebagaimana yang telah diuraikan diatas, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadikan penambahan wawasan dari teori yang selama ini diterima di perkuliahan dalam bidang pemasaran terkait *e-service quality*, dengan kondisi nyata di lapangan.

## 2. Bagi Peneliti Lanjutan

Penelitian ini akan menjadi informasi dan masukan dalam melakukan penelitian sejenis tentang *e-service quality*.

### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan merupakan suatu pola dalam menyusun karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar bab demi bab. Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas beberapa hal seperti latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan secara keseluruhan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan teoritis variabel-variabel yang diteliti, telaah pustaka yang berisikan tentang uraian sistematika mengenai hasil peneliti terdahulu, kerangka teoritik guna untuk menganalisis suatu masalah, serta hipotesis yang merupakan perumusan dari landasan teori dan merupakan jawaban sementara terhadap penelitian.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memuat penjelasan mengenai gambaran teknik yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik ini meliputi uraian tentang

kondisi objek dan subyek penelitian, proses penelitian, kondisi populasi, penentuan sampel, serta alat yang digunakan baik dalam pengumpulan data maupun analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskriptif objek penelitian yang meliputi deskriptif objek penelitian yang meliputi deskripsi perusahaan, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan atas hasil pembahasan analisis data penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.