

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bisnis pada zaman sekarang telah berkembang dengan sangat pesat dan mengalami perubahan secara terus-menerus. Salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup masyarakat dimana hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang sekarang terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek, produk, dan Desain produk serta harga yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga pelanggan memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang pelanggan inginkan.

Menurut Lupiyoadi (2011: 61) menyatakan bahwa pembeli adalah individu atau organisasi dalam mendapatkan barang atau jasa terlebih dahulu mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhi barang dan jasa tersebut serta biasanya pembelian dilakukan dengan alat tukar uang. Menurut Suryani (2014: 41) menyatakan bahwa peningkatan penjualan adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana pelanggan membeli suatu barang atau jasa. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Pada dasarnya loyalitas pelanggan ulang ialah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Konsumen sering dihadapkan dengan beberapa pilihan dalam menggunakan suatu produk. Hal tersebut menyebabkan konsumen harus mempertimbangkan baik-baik sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Menurut Hawkins et al., (2007: 97) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan ulang sebagai suatu kegiatan membeli kembali yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk dengan merek yang sama tanpa diikuti oleh perasaan yang berarti

terhadap produk tersebut. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Menurut Huang et al. (2014: 68) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan mengacu pada komitmen psikologis terhadap produk atau jasa yang timbul setelah menggunakan mereka, sehingga timbul gagasan untuk konsumsi lagi.

Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu Bailia dkk (2014: 13) dan Gerardo (2014: 9) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor harga merupakan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk tadi. Semakin harga terjangkau oleh konsumen maka mereka akan berkunjung ke tempat tersebut, begitu juga apabila harga itu dianggap konsumen terlalu tinggi atau dikatakan mahal maka mereka akan berpikir untuk berkunjung ke tempat tersebut. Untuk itulah faktor harga menentukan tingkat loyalitas pelanggan yang berkunjung. Konsumen juga membandingkan harga ke lokasi lain, apabila harga itu lebih murah maka mereka akan datang lagi. Berdasarkan penelitian dilakukan Bailia dkk (2014: 71) dan memperoleh hasil bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Kualitas sangat erat hubungannya dengan Loyalitas Pelanggan, dengan kualitas baik yang dimiliki oleh perusahaan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan tersebut dan begitu juga sebaliknya, disini perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang maksimal untuk memberikan rasa puas

kepada para pelanggan. Kualitas pelayanan jasa yang sering digunakan terdiri dari yaitu bukti fisik, daya tanggap, jaminan, keandalan dan empati. Bukti fisik merupakan sarana nyata yang dimiliki perusahaan seperti bangunan interior yang rapi, ruang tunggu yang nyaman dan memberikan kesan positif terhadap perusahaan serta penampilan para karyawan yang rapi dan bersih akan lebih memudahkan konsumen dalam menyampaikan keluhan mereka. Daya tanggap yaitu tindakan seseorang untuk membantu maupun memberikan pelayanan dengan cepat. Tanggap dalam mengatasi masalah dan selalu siap mengatasi masalah merupakan suatu tindakan yang manfaatnya dapat dirasakan oleh pelanggan. Jaminan yaitu suatu kemampuan seseorang untuk melaksanakan tugas yang memang sudah dikuasai sehingga akan menimbulkan keyakinan dan kepercayaan pelanggan. Selain itu garansi servis yang diberikan perusahaan juga menjadi jaminan yang diberikan untuk pelanggan. Keandalan adalah kemampuan untuk mengatasi masalah pelanggan dengan baik, ramah dan sesuai dengan harapan dalam pelayanan jadi keandalan bisa menjamin tingkat keberhasilan tentang apa yang sudah dilakukan. Empati adalah jaminan yang bersifat pribadi dan berusaha memahami keinginan pelanggan, peduli terhadap permasalahan para pelanggan dan memberikan keyakinan berupa jaminan terhadap kinerja mereka kepada pelanggan.

Loyalitas Pelanggan merupakan sebuah rasa senang, suka atau kecewa seorang pelanggan yang ada setelah mengetahui kinerja yang dipikirkan akan kinerja yang telah diharapkan, kepuasan ada karena pengetahuan, ketrampilan, sikap dan perilaku yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa, pelanggan akan merasa puas jika perusahaan mampu memberikan apa yang diinginkan bahkan melebihi harapan mereka. Pelanggan akan bisa puas apabila keinginan mereka dapat terpenuhi sesuai dengan keinginan yang telah diharapkan. Ada beberapa indikator Loyalitas Pelanggan diantaranya adalah kepuasan jasa secara menyeluruh, merekomendasikan kepada pihak lain, dan akan menggunakan jasa kembali.

Loyalitas pelanggan adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang disediakan. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima terpenuhi, sebaliknya konsumen akan merasa belum puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi. Jadi, penjualan Screen yang ingin unggul dalam menciptakan loyalitas pelanggan harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Menurut Irawan (2015: 37) loyalitas pelanggan ditentukan oleh konsumen atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Irawan (2015: 47) berpendapat ada lima *driver* utama konsumen yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. Penelitian ini mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan meliputi kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.

Faktor kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan merupakan ciri serta sifat suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Seorang usaha dapat memberikan kualitas bila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Pelayanan yang diberikan karyawan dengan baik akan mempengaruhi tingkat kenyamanan sehingga mengakibatkan loyalitas pelanggan meningkat pula.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka berikut ini akan diteliti lebih lanjut mengalami permasalahan yang dihadapi oleh dengan judul penelitian **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HAND AHA SCREEN PRINTING SUKOHARJO.**

## **B. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam suatu penelitian dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam membatasi masalah yang akan diteliti sehingga tujuan dan sasaran yang akhirnya dicapai menjadi jelas, terarah dan mendapatkan hasil yang diharapkan. Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Hand Aha Screen Printing Sukoharjo?
2. Adakah pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Hand Aha Screen Printing Sukoharjo?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Hand Aha Screen Printing Sukoharjo?
4. Adakah pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama terhadap loyalitas pelanggan pada Hand Aha Screen Printing Sukoharjo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada perumusan masalah, maka dapat disampaikan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Hand Aha Screen Printing Sukoharjo.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Hand Aha Screen Printing Sukoharjo.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hand Aha Screen Printing Sukoharjo.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama terhadap loyalitas pelanggan pada Hand Aha Screen Printing Sukoharjo.

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

Manfaat dari penelitian di Hand Aha Screen Printing Sukoharjo sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Praktis**

###### **a. Pemilik Usaha**

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian sebagai masukan bagi divisi pemasaran dalam menjalankan tugasnya, sehingga dapat menjadikan perusahaan lebih maju. Selain itu juga sebagai penambah wawasan perbaikan dan kesempurnaan dalam perkembangan dibidang usahanya.

###### **b. Karyawan Bagian Produksi**

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan kepada karyawan khususnya produksi agar dapat meningkatkan kualitas produksi dan meningkatkan motivasi kerja.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Kegiatan penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa untuk lebih mengenal dunia bisnis secara nyata dan untuk menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran yang belum pernah didapat di bangku perkuliahan serta sebagai pembanding antara teori mata kuliah yang diterima dengan kenyataan yang ada dilapangan.

##### **3. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta menjadi referensi bahan penelitian selanjutnya.**