

B A B I

P E N D A H U L U A N

1.1 L A T A R B E L A K A N G

Setiap perusahaan dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan-perusahaan lain dari seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Dengan demikian lingkungan yang dihadapi suatu perusahaan juga akan menjadi semakin kompleks. Secara nasional walaupun ekspor merupakan salah satu jenis usaha yang dapat memberikan tambahan/ pemasukan devisa negara, namun kompleksitas persaingan yang dihadapi perusahaan tersebut akan memaksa setiap perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen.

Dalam persaingan bisnis yang bebas ini, syarat agar suatu perusahaan dapat sukses dalam persaingan tersebut adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan sehingga menjadi konsumen yang loyal. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas produk dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Para pengusaha sebagai produsen tidak saja sekedar bertugas untuk menciptakan suatu produk atau jasa semata, tetapi juga disertai kemampuan untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan konsumen akan suatu produk atau jasa. Pengusaha berlomba-lomba untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk dan menyusun strategi pemasaran yang

tepat, sehingga dapat mendominasi pasar yang ada. keberhasilan perusahaan menjalin hubungan dengan pelanggan, sehingga dapat bertahan dalam jangka panjang dan dapat mempertahankan hubungan dengan pelanggan secara berkesinambungan merupakan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan tersebut.

Sedangkan dari pihak konsumen sendiri dituntut untuk semakin kritis dalam memilih barang kebutuhannya, karena begitu banyak alternatif di pasaran. Salah satu upaya untuk mengenali keadaan konsumen yang menjadi sasaran penjualan adalah dengan mempelajari bagaimana perilaku mereka dalam membeli suatu barang atau produk tertentu. Pada dasarnya setiap kegiatan pembelian yang nyata merupakan salah satu tahap dari keseluruhan proses mental dan kegiatan-kegiatan fisik lainnya yang terjadi dalam proses pembelian pada suatu periode waktu serta pemenuhan kebutuhan tertentu. Umumnya sebelum perilaku membeli terjadi didahului oleh adanya minat atau keinginan untuk membeli yang didorong oleh suatu motif tertentu. Minat membeli antara individu yang satu dengan yang lain tidak selalu sama dan dipengaruhi oleh banyak faktor. Di samping itu saat ini pihak konsumen lebih rasional dan lebih cermat dalam melakukan pembelian serta mengumpulkan informasi mengenai suatu produk atau barang yang akan dibelinya serta pemilihan tempat di mana pembelian tersebut akan dilakukan.

Dengan kompetisi yang semakin ketat ini juga menyebabkan banyak perusahaan untuk lebih fokus pada bagaimana mempertahankan dan memuaskan pelanggan yang ada dengan cara meningkatkan produk yang mereka jual. Alasannya, pelanggan yang terpuaskan dapat menyebarluaskan pengalamannya

kepada pelanggan yang lain. Sebaliknya pelanggan yang tidak terpuaskan dapat menjadi iklan buruk bagi perusahaan karena dapat menghilangkan pelanggan yang baru. *Word-of-mouth* merupakan salah satu ciri pelanggan loyal ia akan menyebarkan pengalamannya kepada orang lain.

Kualitas pelayanan pada suatu barang dan pengelolaan respon emosi pelanggan merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *service loyalty*. Kepuasan dan loyalitas memiliki hubungan yang kuat, pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami *mood* yang positif terhadap pelayanan yang diberikan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.

Pada suatu usaha dalam mencapai kepuasan pelanggan pada umumnya memperhatikan produk, tetapi selain memperhatikan produk tersebut juga menyadari kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Hasil evaluasi pelanggan tentang kualitas yang diberikan akan mengarah pada kepuasan ataupun ketidakpuasan pelanggan, jika pelanggan merasa puas akan kualitas yang diberikan maka pelanggan tersebut belum bisa dikatakan loyal tetapi jika pelanggan loyal bisa dikatakan pelanggan tersebut merasa puas dan minat beli ulang akan terjadi, Dari hasil evaluasi dan makna tersebut dapat dikatakan tentang loyalitas pelanggan jika pelanggan merasa terpuaskan akan kualitas yang diberikan dan minat beli ulang akan terjadi maka strategi suatu usaha akan menghasilkan pendapatan.

Rock House Distro Gorontalo merupakan sebuah usaha penjualan pakaian anak muda. Usaha ini mampu bertahan karena menggunakan strategi kualitas produk dalam memasarkan produknya, karena dari observasi awal yang dilakukan

melihat bahwa produk pakaian yang dijual di Rock House Distro Gorontalo merupakan produk yang berkualitas dan bermerek, model pakaiannya berbeda, produk pakaiannya tidak lebih dari satu, kualitas dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan santun dan ramah. Dari observasi tersebut melihat bahwa usaha Rock House Distro Gorontalo mampu bertahan, tetapi di samping itu pula Rock House Distro Gorontalo harus melihat kondisi pasar yang menjadi pertimbangan – pertimbangan dalam memasarkan barang kepada konsumen. Kondisi pasar yang dimaksud adalah tingkat ekonomi masyarakat serta kebiasaan, kualitas, style dan juga trend baru yang menjadi pemikat hati konsumen. Situasi – situasi tersebut merupakan dasar utama bagi Rock House Distro Gorontalo memperhatikan pelanggan dan memasarkan barang. Berikut ini beberapa data penjualan di usaha Rock House Distro Gorontalo.

Tabel 1.1
Data Penjualan Rock House Distro Gorontalo

No	Jenis Produk (Merk)	Bulan			
		Januari	Februari	Maret	April
1	Kick Denim	287	342	183	475
2	Black Id	240	295	365	348
3	FH Bold	123	150	233	274
4	Diery	89	213	300	245
	Total	3409	3389	6776	

(Sumber : Rock House Distro Gorontalo)2012

Tabel 1.1 menunjukkan data penjualan pakaian selama bulan januari sampai april, terlihat bahwa data produk tersebut pada usaha di Rock House Distro Gorontalo memiliki posisi yang bertahan dalam mencapai keuntungan.

Pada dasarnya distro ini telah berjalan dengan baik, namun menurut fenomena yang terjadi masi ada beberapa kendala muncul. Seperti, kurangnya

alternatif barang. Dalam wawancara awal ada beberapa konsumen yang melakukan pembelian pada rock house distro ini belum mendapatkan apa yang menjadi selera para konsumen. Contohnya, dari 10 konsumen yang ada hanya ada 2 konsumen yang melakukan pembelian di distro tersebut, dan yang 8 ini masih belum mendapatkan apa yang mereka cari. Hal ini dikarenakan masih kurangnya konsep atau design gambar dan ukuran yang tepat.

Dari penjelasan di atas, itu merupakan salah satu permasalahan yang ada di rock house distro. Adapun permasalahan lain yang ada di rock house distro yaitu mengenai kelas konsumen, dimana belum terlayannya kelas-kelas konsumen yang masih dalam target pasar. Contohnya, adanya remaja yang memiliki ukuran tubuh yang besar, dia masih mengalami kesulitan untuk mencari ukuran yang dia inginkan, begitupun sebaliknya untuk ukuran tanggung atau yang berumur 11-15 tahun masih juga mengalami kesulitan yang sama.

Dan untuk permasalahan yang terakhir yaitu, masih ada beberapa barang yang mengalami cacat ringan. Contohnya, seperti, ada kancing yang lepas dari barang tersebut, adanya noda-noda kecil. Hal tersebut dapat menurunkan minat para pembeli yang ada di rock house distro.

Dari beberapa permasalahan di atas hal-hal tersebut dapat dikategorikan dalam kualitas produk. Kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi tingkat kualitas maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan sering kali biaya rendah. Kualitas jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler dan

Keller, 2009:144). Kualitas produk merupakan salah satu bagian dari target perusahaan yang selalu dijaga keberlangsungannya. Dimana dalam pengembangan suatu produk pemasaran mula-mula harus memilih tingkat mutu atau kualitas yang akan mendukung posisi produk dipasar sasaran, kualitas produk yang dirancang dengan baik diharapkan akan mampu menarik perhatian yang besar sehingga dapat memberikan kepuasan dan minat konsumen untuk membelinya. Jadi, bahwa kualitas produk dapat mendongkrak kepuasan dan loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian di atas maka dalam penelitian ini digunakan judul *Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Rock House Distro Gorontalo.*

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka penelitian mengidentifikasi sebagai berikut :

1. Kurangnya alternative atau pilihan item barang.
2. Adanya kelas konsumen yang belum terlayani tapi masi dalam target pasar.
3. Adanya produk yang mengalami cacat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di *Rock House Distro*.
2. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di *Rock House Distro*.
3. Apakah ada pengaruh langsung kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di *Rock House Distro*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan dan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. *Manfaat Teoritis*

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen yang diberikan perusahaan.
2. Merupakan masukan yang berguna terutama dalam hal pengembangan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan oleh perusahaan.

b. Manfaat Praktis

1. dapat menjadi bahan referensi maupun sebagai acuan khususnya bagi yang berminat pada permasalahan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.
2. Sebagai bahan acuan/bacaan bagi pihak-pihak yang melakukan penulisan serupa.