

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan bisnis merupakan persaingan yang harus dihadapi perusahaan-perusahaan, persaingan yang semakin ketat ini menuntut perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Dengan adanya persaingan yang ketat itu timbullah beragam produk di pasaran dengan berbagai macam varian sehingga secara tidak langsung membuat para pelanggan menjadi semakin pandai dalam memilih-milih produk yang di sukainya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas tinggi yang sesuai dengan keinginan atau bahkan melebihi keinginan dari konsumen tersebut, dengan demikian di harapkan konsumen tersebut dapat terpuaskan sehingga terjadi pembelian berulang yang akan menciptakan loyalitas pelanggan.

Menurut kotler (2003), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan, dan menurut pendapat Griffin (Hurriyati, 2008), loyalitas pelanggan lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang di pilih.

Penelitian ini mengambil obyek penelitian produk mie instant. Alasannya adalah mie instant merupakan makanan yang digunakan sebagai makanan pengganti nasi, karena makanan ini murah dan mudah ditemukan dimana-mana selain itu mie instant juga di pasarkan hingga ke seluruh pelosok indonesia. Sejalan dengan perkembangan jaman pasar makanan instant di indonesia, khususnya mie instant semakin meningkat dan memberikan banyak pilihan sehingga menjadi kompleks. Pola konsumsi masyarakat ini ternyata berdampak positif terhadap industri makanan terutama industri mie instant. Menurut *World Instant Noodle Association* (WINA) di tahun 2010 saja indonesia sudah menempati urutan ke-2 sebagai Negara yang penduduknya gemar mengkonsumsi mie instant setelah China. Peningkatan konsumsi masyarakat terhadap mie instant berakibat pada pemenuhan kebutuhan serta keinginan masyarakat akan mie instant yang lebih bagus. Oleh karena itu, keinginan dan kebutuhan pelanggan harus diperhatikan oleh produsen karena kebutuhan ini akan senantiasa berubah. Perkembangan produk mie instant yang sudah dianggap sebagai makanan cepat saji dan bahkan sebagai makanan pokok menyebabkan tingkat

persaingan pada industri mie instant ini semakin tinggi. Banyak produsen mie instant terlibat persaingan yang cukup ketat, hal ini diperburuk dengan semakin pandainya pelanggan dalam memilih produk yang akan dibelinya. Situasi ini membuat para produsen mencari terobosan-terobosan baru untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Jenis produk mie instant yang cukup beragam tersebut secara tidak langsung memberikan sebuah pemahaman tentang pentingnya informasi untuk pengambilan keputusan. Hal ini memunculkan mie instant dari berbagai merek dan bermacam-macam varian rasa yang beragam.

Di Indonesia sendiri, penjualan mie instant mengalami peningkatan pesat terlebih dengan adanya mie instant yang ditawarkan oleh produsen dengan kualitas produk yang relatif lebih baik. Semakin maraknya pasar mie instant di Indonesia membuat persaingan antar perusahaan pembuat mie instant semakin ketat. Perusahaan-perusahaan tersebut berusaha mempertahankan pelanggannya dan juga berlomba-lomba untuk menarik pelanggan agar menikmati produknya. Dengan kualitas yang baik, diharapkan konsumen merasa puas dengan produk tersebut, dan kemudian loyal terhadap produk tersebut. Karena loyalitas diakui sebagai sesuatu yang penting dan merupakan persyaratan bertahannya sebuah perusahaan.

Salah satu kendala yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan pembuat produk mie instant di Indonesia yakni tidak semua pelanggan memiliki loyalitas terhadap merek tertentu. Hal ini dikarenakan banyaknya penawaran produk mie instant lain yang memiliki varian rasa, sehingga pelanggan menjadi mudah untuk berganti merek mie instant. Melihat fenomena ini, perusahaan sangat perlu untuk mengetahui seberapa besar tingkat kualitas produk berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

PT. Awet Sarana Sukses merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distributor mie instant dengan merek mie sedaap dan satu-satunya yang ada di kota Gorontalo. Oleh karena itu, saya memilih tempat itu sebagai bagian dalam penelitian saya dan produk mie instant yang menjadi fokus saya dalam penelitian ini adalah mie instant merek mie sedaap. Alasan memilih merek tersebut, karena mie sedaap juga merupakan salah satu produk merek makanan instant yang paling memuaskan dalam pasaran mie instant nasional selain indomie, supermie, sarimi, dan lain-lain.

Mie Seedap di Produksi oleh PT. Wingsfood yang di luncurkan pada tahun 2003 dan sebelumnya sudah ada produk mie instant lainnya yang sudah lebih dulu di luncurkan di pasaran Indonesia. Pada awal di luncurkan mie seedap hanya ada satu

jenis, yaitu mie sedaap standar dan terdiri dari beberapa varian, yaitu mie goreng dengan “kriuk-kriuk” (bawang goreng renyah), rasa soto dengan “koya” (serbuk goreng) dan rasa ayam bawang dengan bawang goreng hingga tahun 2016 ini mie sedaap sudah memproduksi 2 jenis mie yang pertama, yaitu mie standar dan terdiri dari 11 varian rasa dan satu varian rasa yang di tarik dari pasaran, yaitu mie kuah rasa kaldu ayam dan jenis yang kedua, yaitu mie sedaap cup yang terdiri dari 4 varian rasa. Mie sedaap memiliki tekstur yang halus, kenyal, dan tegas untuk gigitan juga memberikan rasa yang lezat dan nikmat, selain itu mie sedaap juga memberikan takaran yang sedikit lebih banyak dibandingkan mie instant lainnya. Mie sedaap saat ini sudah menjadi mie kedua terbanyak yang di konsumsi oleh mayoritas masyarakat Indonesia.

Di kota Gorontalo persaingan antara perusahaan pemasar mie instant juga sangat ketat karena ada beberapa merek mie instan yang beredar di kota Gorontalo seperti indomie, supermie, sarimi, dan merek-merek lainnya. Menurut pengamatan saya, saat ini terdapat peningkatan pelanggan mie Sedaap yang berpindah dari merek lain ke mie sedaap dan itu dapat di lihat dari banyaknya pelanggan yang makan di warung makan seperti yang ada di area taman kota, di murni, dan di lapangan taruna remaja yang menyediakan mie instan tetapi mereka lebih banyak yang memesan mie sedaap di bandingkan merek lainnya seperti indomie dan supermi. Hal ini mungkin dikarenakan kualitas produk yang di tawarkan mie sedaap cocok atau melebihi dengan apa yang di harapkan oleh para penggemar mie instant di kota Gorontalo atau mungkin karena terjadi masalah dengan produk-produk pesaing yang sudah dibeli oleh para penggemar mie instant yang ada di kota Gorontalo, oleh karena itu perusahaan pemasar mie Sedaap (PT. Awet Sarana Sukses) yang ada di kota Gorontalo selaku perpanjangan tangan dari perusahaan pembuat (PT. Wingsfood) di Indonesia perlu untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Besaran pengaruh ini nantinya dapat menjadi strategi pemasaran tambahan bagi perusahaan pemasar mie sedaap yang ada di kota Gorontalo. Mie Sedaap dikenal sebagai mie yang puas sedapnya dan menampilkan iklan yang menonjolkan variasi produk dan racikan rasa yang baik. Pada masa yang akan datang merek mie instant ini bisa saja menggeser merek mie instant yang sekarang berada di posisi pertama yang paling banyak di konsumsi, yaitu mie instan merek indomie atau malah sebaliknya merek-merek mie instan lainnya seperti supermi, sarimi, mie sukses dan yang lain-lain yang akan menggeser kedudukan dari pada mie sedaap ini.

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan fenomena yang berkaitan dengan masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **”PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE INSTANT MIE SEDAAP PADA PT. AWET SARANA SUKSES”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan sebelumnya, maka penelitian secara umum mengidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Mie instant sudah mengalami perkembangan dan sekarang sudah dianggap sebagai makanan cepat saji bahkan sebagai makanan pokok.
2. Adanya pesaing dari PT. awet sarana sukses yang beroperasi di kota gorontalo.
3. Mie instant merek mie sedaap yang di pasarkan oleh PT. awet sarana sukses di kota gorontalo merupakan produk yang belum lama di luncurkan di pasaran di bandingkan produk mie instant lainnya yang sudah lama di pasarkan.
4. Dari hasil pengamatan di lapangan mie instant merek mie sedaap yang di pasarkan oleh PT. awet sarana sukses di kota gorontalo sedang mengalami peningkatan pelanggan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka di rumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Instant Mie Sedaap pada PT. Awet Sarana Sukses ? “

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Ada pun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Instant Mie Sedaap pada PT. Awet Sarana Sukses.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menciptakan 2 manfaat yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai sumbangan bagi ilmu pengetahuan.
  - b. Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan kualitas produk.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan yang bersangkutan dalam hubungannya dengan kualitas produk.
- b. Sebagai input atau bahan masukan untuk perbaikan kualitas produk guna menciptakan loyalitas pelanggan, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang di ambil dalam mengukur kebijakan dimasa yang akan datang.