

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini dapat terlihat mayoritas diseluruh perusahaan yang ada di Indonesia melakukan kegiatan promosi secara besar-besaran terhadap produknya. Kegiatan promosi tersebut dilakukan perusahaan untuk menghadapi persaingan antar perusahaan sejenis. Persaingan yang muncul tersebut dilakukan untuk menarik hati konsumen dengan menonjolkan keunggulan produk perusahaan. Tujuan persaingan tersebut agar produk bisa menjadi lebih baik dan konsumen bisa loyal terhadap perusahaan serta produk tersebut.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar bisa sukses dalam bersaing dengan berbagai perusahaan adalah mencari cara agar tujuan perusahaan dapat tercapai serta pelanggan tetap setia membeli produk perusahaan. Pemahaman terhadap perilaku konsumen dapat digunakan oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dari konsumen. Perusahaan harus dapat melihat celah kebutuhan konsumen sebagai suatu langkah penciptaan produk yang selalu diminati konsumen. Hal ini dilakukan agar konsumen terus membeli produk perusahaan.

Pelanggan adalah seorang individu maupun kelompok yang sudah terbiasa membeli barang dan jasa pada perusahaan tertentu. Semua ini dikarenakan adanya pelanggan yang punya konsistensi dalam memilih

prodak dipasarkan sehingga segala aktivitas pada perusahaan akan dilakukan agar produk yang mereka punya dapat diterima oleh pelanggan.

Konsumen adalah bagian terpenting dalam pasar. Terdapat perbedaan antara pelanggan(*customer*) dengan konsumen(*consumer*), perbedaan terletak pada kegiatan yang dilakukan. Seseorang disebut sebagai pelanggan jika mereka melakukan kegiatan membeli barang secara berulang ulang tanpa melakukan penawaran. Pelanggan ialah mereka yang melakukan kegiatan membeli produk secara berulang dengan melakukan penawaran harga. Pola konsumsi dan gaya hidup konsumen saat ini pun cenderung dihabiskan dengan cara memakan makanan camilan. Kebutuhan makanan camilan saat ini bagi setiap orang menjadi sebuah hal yang penting dan semua itu dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis yang bersaing dengan sangat ketat dalam persaingan makanan camilan. Adanya pelayanan yang baik, maka rasa puas terhadap produk juga akan dirasakan oleh konsumen.

Kualitas layanan dan kualitas produk sangat berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan dan kualitas produk dapat memberi dorongan kepada para pelanggan untuk melakukan ikatan relasi yang saling menguntungkan dalam jangka panjang pada perusahaan tersebut. Sementara loyalitas pelanggan sendiri adalah kunci sukses disetiap perusahaan, tidak hanya dalam waktu dekat atau jangka pendek saja. Tetapi menjadi acuan juga untuk dalam waktu mendatang atau jangka panjang. Dan pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang tidak akan terpengaruh atau berpindah ke produk lain melainkan tetap ke satu produk

itu sendiri. . Loyalitas pelanggan mempunyai beberapa kegunaan yang sangat dibutuhkan perusahaan didalam memuaskan pelanggan, karena pelanggan merupakan raja yang harus dipenuhi keinginannya. Hal ini dilakukan sebagai wujud perusahaan dalam menarik minat pelanggan untuk membeli produk. Bahwa besarnya sebuah rasa setia konsumen terhadap perusahaan dapat meningkatkan keinginan pelanggan untuk terus membeli produk perusahaan. Gaya beli pelanggan yang terus menerus dapat dikatakan bahwa mereka tersebut merupakan tipe yang konsumtif. Gaya ini menjadi keuntungan bagi perusahaan dalam menarik minat beli pelanggan. Secara otomatis mereka akan merekomendasikan produk perusahaan yang mereka rasa bermanfaat bagi mereka kepada orang lain. Terdapat 3 aspek yang mempengaruhi minat beli konsumen diantaranya persepsi, sikap dan keinginan. Tiga hal tersebut harus mampu dipahami oleh perusahaan didalam menciptakan produk yang akan digemari masyarakat secara terus menerus, sehingga mereka tidak lagi menjadi konsumen tetapi menjadi pelanggan.

Loyalitas konsumen atau pelanggan memiliki perbedaan mulai dari tahap pertama yaitu meninggikan *value* barang atau produk yang mengutamakan murahnya harga produk tetapi juga harus diikuti oleh baiknya kualitas produk perusahaan. Tahap kedua ialah dengan memuaskan pelanggan dengan membuat produk yang merupakan kebutuhan dari pelanggan. Sementara pada tahap ketiga atau konatif dapat diraih dengan adanya *relationship* berkelanjutan sehingga pada akhirnya muncul *emotionalcost* bila mereka para konsumen ingin berpindah ke

produk lain. Konsumen atau pelanggan dapat dikatakan loyal apabila mereka puas dan selalu membeli produk yang sama di perusahaan tersebut. Mereka juga secara tidak langsung merekomendasikan produk yang mereka beli kepada orang lain. Hal ini menjadi keuntungan tersendiri bagi perusahaan dalam bidang pemasaran. Dalam hal ini pun mereka bisa juga dapat disebut sebagai seorang yang mempromosikan produk tersebut atau bisa juga disebut dengan sales dadakan karena mereka melakukan sebuah rekomendasi agar banyak dari para teman-teman mereka mau membeli produk tersebut. Berdasarkan uraian di atas tersebut, maka diajukanlah sebuah penelitian yang berjudul “**Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan UD. Surya Lida**”.

B. Permasalahan

Munculnya persaingan dalam industry usaha dapat diartikan sebagai cara bersaing memenangkan hati pembeli. Pemenang dalam industry bisnis bisa muncul dari manapun, pemenang tidak harus yang kuat. Melainkan siapapun yang mampu menarik keinginan konsumen untuk membeli produk secara terus menerus. Persaingan dalam industri makanan camilan yang dapat dikatakan sangat ketat, mengharuskan perusahaan mampu memberikan kebutuhan konsumen sehingga muncul citra baik perusahaan dimata konsumen. Ketatnya persaingan makanan camilan saat ini menjadikan pelanggan lebih kritis dalam memilih produk yang akan mereka inginkan. Sementara melihat banyaknya persaingan saat

ini, masalah yang dihadapi adalah pelayanannya untuk memuaskan para pelanggannya seperti halnya karyawan yang kurang ramah dalam melayani pembeli sehingga hal ini menyebabkan banyaknya pelanggan yang lari ke tempat lain. Hal ini terbukti dari tidak adanya pelatihan dan pendidikan bagi pelayanan yang diberikan, sikap karyawan yang acuh tak acuh pada konsumen yang datang untuk membeli produk roti.

C. Rumusan masalah

Berkaitan dengan latar belakang masalah yang dihadapi pabrik roti Surya Lida, maka rumusan masalahnya adalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk menganalisis kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan bagi penulis sendiri dan juga bagi pembaca lainnya.

2. Bagi UD. Surya Lida

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan perbaikan dalam sistem perusahaan surya lida yang bergerak di bidang pangan.

3. Bagi STIE Kesuma Negara

Penelitian sekiranya mampu dijakikan sebagai sebuah referensi dan pertimbangan bagi akademi/kampus untuk melakukan penelitian selanjutnya.