

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pada era saat ini banyak pelaku bisnis berbondong bondong mendirikan usaha yang menyebabkan persaingan bisnis tidak dapat terelakan. Dengan banyaknya berbagai usaha-usaha yang terus bermunculan semakin ketat pula tingkat persaingannya, terutama pada usaha usaha yang bergerak pada bidang yang sama sehingga mengharuskan mereka harus memiliki keunikan dan ciri kas tersendiri agar dapat bersaing dengan para kompetitor dan dapat mendatangkan lebih banyak pelanggan. Contohnya seperti faktor rasa percaya serta kepuasan pada loyalitas pelanggan pada peternakan ayam, dengan perbedaan harga sekecil apapun meskipun dengan kualitas atau konsep usaha yang sama akan mempengaruhi kecondongan konsumen untuk memilih tempat dengan harga yang lebih miring. Serta seberapa maksimal kualitas layanan yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen akan menjadi penilaian penting mengingat konsumen yang menjadi lebih selektif dikarenakan banyaknya pilihan produk ataupun jasa yang tersedia.

Dengan banyaknya usaha yang bergerak dibidang ternak , pelaku usaha harus mengetahui faktor apa saja yang mungkin akan menarik pelanggan dengan mempengaruhi kepuasannya dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan jika dibandingkan dengan produk dan jasa yang

dihasilkan oleh perusahaan kompetitor yang pada akhirnya berdampak pada perolehan keuntungan yang didapatkan perusahaan.

Tingkat persaingan yang tinggi dapat ditandai dengan makin banyak munculnya usaha usaha baru yang bergerak dibidang ternak terutama dengan konsep yang sama yaitu peternakan ayam. Harga yang cukup tinggi serta kurangnya kualitas layanan yang diberikan merupakan beberapa faktor yang penting dalam upaya menciptakan kepuasan pelanggan. Maka harga pasar yang sudah menentukan yang diberikan lebih mahal dibandingkan dengan ayam berkualitas terbaik , sehingga konsumen akan berpikir kembali untuk melakukan pembelian lagi di UD. Maju Bersama Group Peternakan Ayam Pejantan. Jika kualitas layanan yang diberikan hanya seadanya dan tidak memenuhi ekspektasi para konsumen maka akan timbul perasaan tidak puas pada hati konsumen. Dari kedua faktor yang disebutkan dapat mengakibatkan kehilangan pelanggan karena pelanggan akan lebih memilih usaha kompetitor yang menawarkan harga serta kualitas layanan yang lebih murah dan maksimal. Jika hal ini terjadi maka pelanggan tidak akan merasa puas dengan pengaruh harga ,kualitas ,kepercayaan, dan kepuasan pelanggan pada UD. Maju Bersama Group Peternakan Ayam Pejantan.

Kepercayaan Pelanggan pada produk yakni suatu ekspektasi konsumen kepercayaan pelanggan yang sangat penting guna mendapatkan konsumen yang loyal pada suatu produk, tanpa adanya rasa kepercayaan

pada suatu produk tentu saja pelanggan tidak akan loyal pada produk tersebut. Membangun suatu kepercayaan dari pelanggan serta memberikan pelayanan yang mempunyai kualitas saat memimpin organisasi pada arah peningkatan kepercayaan pelanggan dan kepercayaan yang akhir dapat membuat pelanggan loyal. Loyalitas yakni suatu alat guna perusahaan agar bertahan saat persaingan yang ketat. Membantu guna menciptakan suatu hubungan antar konsumen serta produsen.

Kepuasan pelanggan yakni suatu konsep yang sentral pada wacana bisnis dan manajemen. Meningkatkan rasa puas pada pelanggan berpotensi menuju pada pertumbuhan maupun perkembangan penjualan jangka panjang ataupun jangka pendek. Kepuasan yakni tingkatan perasaan yang dimana seseorang menyatakan hasil dari bandingan kinerja produk. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang sesudah perbandingan kinerja atau hasil yang telah dirasa sebanding pada harapannya. Pelanggan bisa membentuk suatu pola persepsi yakni jikalau kinerja berada di bawah harapan pelanggan akan merasakan kecewa akan tetapi apabila kinerja telah sesuai pada harapan pelanggan maka mereka akan memiliki rasa puas dan jika kinerja dapat melebihi harapan maka pelanggan akan mempunyai rasa sangat puas .

Loyalitas pelanggan yakni suatu komitmen pelanggan dengan mendalam guna berlangganan kembali ataupun melakukan suatu pembelian Kembali pada produk dan memiliki tindakan konsisten meskipun terdapat banyak pengaruh yang bisa mengakibatkan perubahan pada perilaku. Perusahaan mempunyai pelanggan yang loyalitas dengan tidak langsung dapat juga membantu perusahaan dalam mempromosikan produk ataupun jasa pada orang-orang terdekat. Hal ini akan dapat membantu perusahaan guna mendapatkan pelanggan yang baru.

Pelanggan loyal memiliki kecenderungan yang lebih rendah dalam berpindah merek pada produk pesaing. Loyalitas pelanggan dapat tercipta apabila perusahaan menumbuhkan kepercayaan pada konsumen serta rasa puas konsumen pada kualitas produk itu sendiri. Respon berupa kepercayaan pelanggan, akibat pengetahuan konsumen tentang produk yang ditawarkan perusahaan akan menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila barang yang telah dibelinya sudah sesuai harapan. Kepuasan pelanggan juga dapat memunculkan rasa setia ataupun loyalitas pelanggan pada perusahaan yang telah memberikan kualitas yang dapat memuaskan dikarenakan tingginya suatu tingkat kepuasan konsumen yang penting. Sesudah terbentuknya kepuasan, pelanggan akan dapat menaruh kepercayaan pada barang. Adanya suatu kepercayaan pelanggan pada perusahaan sangatlah perlu dibutuhkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu Jordan Bastian (2022), menganalisis dampak kepercayaan pada loyalitas pelanggan pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor. Hasil daripada penelitian menyatakan bahwa suatu kepercayaan pelanggan mempengaruhi dengan positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan. Berdasarkan penelitian terdahulu Putra Bayu Pratama (2015) menganalisis dampak kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada penggunaan produk Outdoor. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa rasa puas pelanggan mempengaruhi dengan positif ataupun signifikan pada loyalitas pelanggan. Selain itu, berdasarkan penelitian terdahulu Supertini (2020) menganalisis pengaruh kepercayaan serta rasa puas pelanggan pada loyalitas pelanggan di Pusaka Kebaya Singaraja. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan secara simultan mempengaruhi dengan positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan.

## **B. Permasalahan**

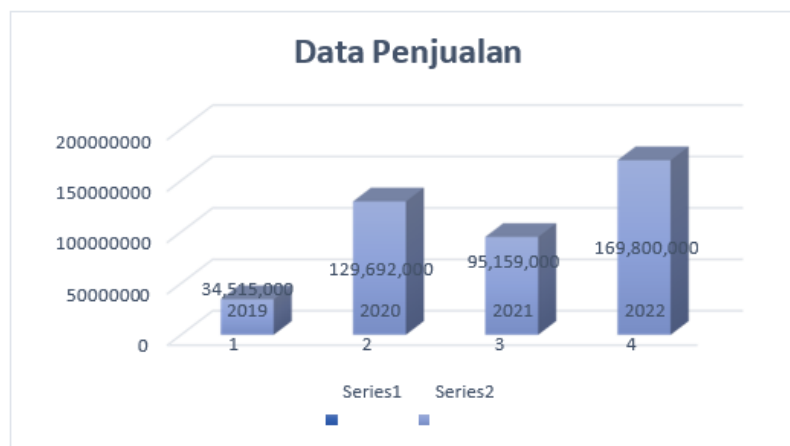
Persaingan perdagangan saat ini sangatlah ketat. Hal tersebut membuat para pelaku usaha harus melakukan upaya yang lebih lagi untuk terus memperhatikan bisnisnya. Tidak terkecuali UD. Maju Bersama Group yang merupakan perusahaan peternakan ayam pebant yang harus terus mempertahankan bahkan mengembangkan bisnisnya. Pemilihan lokasi penelitian di UD. Maju Bersama Group didasarkan atas beberapa pertimbangan tertentu. Pertimbangan pertama adalah UD, Maju Bersama

Group merupakan perusahaan yang cukup dikenal masyarakat Kota Malang dan merupakan salah satu perusahaan yang masih baru berdiri hampir 4 tahun serta menghasilkan produk ayam pejantan yang cukup banyak di Kota Malang. Pertimbangan selanjutnya yaitu unsur jangkauan lokasi penelitian dengan peneliti. Baik terlihat melalui segi tenaga, dana atau dari segi efisiensi waktu, sehingga dapat lebih maksimal dalam melakukan penelitian.

Menurunnya jumlah pelanggan ayam pejantan dan diikuti menurunnya penjualan UD. Maju Bersama Group ditahun 2021 tersebut menghasilkan indikasi yakni loyalitas pelanggan pada produk ayam pejantan juga menurun. Sesuai hasil dari wawancara terkait beberapa karyawan atau pelanggan bahwa turunnya loyalitas pelanggan disebabkan dari kepercayaan pelanggan menurun. Hal ini disebabkan karena pengalaman pelanggan selama melakukan suatu pembelian ayam pejantan terjadi keluhan dan rasa kurang puas pada produk yang disediakan UD. Maju Bersama Group yang mana produk ayam pejantan kurang berkualitas jika dibandingkan dengan perusahaan lain, sehingga komunitas pelanggan terhadap produk tersebut menurun.

Selain ini, terdapat permasalahan di UD. Maju Bersama Group yaitu perusahaan belum terlalu memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari pendapatan UD. Maju Bersama Group

yang mengalami naik dan turunnya pendapatan di tahun 2019, 2020, 2021, dan 2022. Berikut adalah penjualan UD. Maju Bersama Group pada tahun 2019-2022:



Gambar 1.1

#### Data Penjualan UD. Maju Bersama Group

Sumber: UD. Maju Bersama Group (2023)

Pada gambar di atas dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2019 UD. Maju Bersama Group mendapatkan Rp. 34.515.000 dari hasil penjualan dalam 2 periode, tahun 2020 mendapatkan Rp. 129.692.000 dari hasil penjualan dalam 2 periode, di tahun 2021 mendapatkan Rp. 95.159.000 dari hasil penjualan ayam pejantan dalam 4 periode dan di tahun 2022 dalam hasil penjualan 5 periode UD. Maju Bersama Group mendapatkan penghasilan sejumlah Rp. 169.800.000. Dilihat dari data tersebut maka

Dapat disimpulkan bahwa UD. Maju Bersama Group mendapatkan penghasilan yang sedikit di tahun 2019 dan mengalami penurunan penjualan di tahun 2021. Dengan meningkatkan kepercayaan pelanggan serta meningkatkan kepuasan pelanggan diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga nantinya akan membantu dalam mencapai target perusahaan yang sesuai dengan pendapatan penjualan rata-rata mencapai lebih dari Rp. 200.0000.000 setiap tahunnya. Beberapa permasalahan yang ada maka, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan UD. Maju Bersama Group (Studi Kasus Pada Peternak Ayam Pejantan Di Malang)”.

### **C. Rumusan Masalah**

Didasarkan permasalahan yang usai dikemukakan penulis sebelumnya, jadi dibuat suatu perumusan permasalahan yaitu:

1. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di peternakan ayam pejantan UD. Maju Bersama Group?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di peternakan Ayam Pejantan UD. Maju Bersama Group?
3. Apakah kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan di peternakan Ayam Pejantan UD. Maju Bersama Group?



#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Peternakan Ayam Pejantan UD. Maju Bersama Group.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas di Peternakan Ayam Pejantan UD. Maju Bersama Group.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan dipeternakan Ayam Pejantan UD. Maju Bersama Group?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Bagi pemilik Peternakan Ayam Pejantan UD.Maju Bersama Group  
Dapat mempergunakan penelitian ini sebagai suatu bahan masukan serta membantu guna menilai sejauh mana kualitas pelayanan dan ayamkami berpengaruh terhadap puasnya pelanggan dengan membeli ayamkami.
2. Bagi Peneliti  
Untuk dapat meningkatkan pengetahuan terkait dampak kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara (STIEKEN)  
Supaya dapat dijadikan s u a t u referensi serta manfaat bagi mahasiswa dan mahasiswi yang telah membutuhkan penelitian ini.