

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era bisnis saat ini, tingkat persaingan di Indonesia sangat ketat karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Salah satu usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis percetakan. Kepuasan konsumen adalah menjadi peran penting dalam keberhasilan suatu usaha.

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat ini harus memenuhi kebutuhan konsumen baik dari segi harga maupun kualitas produk yang sesuai sehingga membuat pelanggan menjadi puas dan loyal untuk mencapai perkembangan dunia bisnis saat ini. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan yang akan berdampak pada tingkat penjualan. Terutama pada konsumen yang sudah menjadi reseller akan merasa puas maka adanya kemungkinan pelanggan akan tetap bertahan dengan produk yang dipasarkan dan akan menciptakan loyalitas konsumen. CV Andhika Jaya Saint bergerak di bidang percetakan stiker motor yang memproduksi segala macam stiker motor. Untuk mempertahankan penjualan stiker AJS (Andhika Jaya Saint) mempertahankan kepuasan konsumennya.

Di tahun 2022 CV Andhika Jaya Saint mengalami penurunan jumlah pelanggan dikarenakan semakin banyaknya kompetitor yang memproduksi stiker motor dengan harga yang relatif murah sehingga pelanggan pun mulai beralih ke kompetitor lainnya.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengunjung Reseler 2022

Bulan	Jumlah Pengunjung	Jumlah Pembelian Per Pelanggan
Januari	50	4
Febuari	70	4
Maret	100	4
April	130	4
Mei	160	4
Juni	140	4
Juli	145	4
Agustus	140	4
September	130	4
Oktober	120	4
November	110	4
Desember	110	4
Total	1405	

Sumber : CV Andhika Jaya Saint, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa selama 7 bulan terakhir mengalami penurunan pembelian pada bulan juni mendapatkan 145 pengunjung dikarenakan munculnya persaingan harga yang ketat sehingga pelanggan kian beralih ke kompetitor lainnya.

Menurut Griffin (2010) dalam Robby (2017:351) Loyalitas Pelanggan adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam waktu tertentu.

Menurut Griffin yang dikutip oleh Foster (2008:175), indikator loyalitas konsumen sebagai berikut : (1) Pembelian ulang secara teratur, (2) Membeli di luar lini

produk atau jasa, (3) Merekomendasikan kepada orang lain, (4) Kebal dari daya tarik pesaing.

Tabel 1.2
Loyalitas Konsumen CV Andhika Jaya Saint

No.	Pernyataan	Iya	Tidak
1	Apakah bapak berminat membeli produk AJS secara teratur?	16	14
2	Apakah bapak berminat membeli produk lain selain produk stiker AJS?	15	15
3	Apakah bapak bersedia merekomendasikan produk AJS kepada orang lain?	12	18
4	Apakah bapak tertarik kepada produk selain produk stiker AJS?	17	13
	Jumlah	30	

Sumber : Hasil Survei, 2022

Berdasarkan tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa hasil wawancara kepada 30 konsumen jadi kesimpulannya orang tertarik kepada produk selain produk stiker AJS dikarenakan meskipun sebagian besar mereka membeli stiker secara teratur di AJS, namun belum bersedia merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain dan masih tertarik terhadap produk lain selain produk AJS dikarenakan kualitas produk stiker AJS masih kurang memuaskan dan harga yang masih terbilang mahal dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut.

Menurut Tjiptono (2008:151) “Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”

Terdapat indikator dari harga menurut Kotler dan Armstrong (2012:314) menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga adalah (1) keterjangkauan harga, (2) harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga, (3) kesesuaian harga dengan kualitas produk, (4) kesesuaian harga dengan manfaat.

Tabel 1.3
Perbandingan Harga

Jenis Produk	Harga	
	CV AJS	CV AAJ
Stiker Motor Mio	15.000 – 20.000	14.000 – 19.000
Stiker Motor Supra X	16.500 – 20.000	16.500 – 19.000
Stiker Motor Jupiter Z	20.000 – 25.000	18.000 – 24.000

Sumber : Hasil Survei, 2022

Berdasarkan tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa menurut konsumen harga yang ditawarkan pada CV AJS lebih mahal di banding dengan harga pada CV AAJ. Maka dari itu, konsumen pun banyak yang beralih kepada stiker motor merk AAJ.

Selain harga, faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283), artinya dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Tjiptono dalam (Kuspriyono, 2016) “Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan, kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya

apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas dimasa mendatang.

Terdapat indikator dari kualitas produk menurut Tjiptono (2008:25) adalah: (a). *Performance* (kinerja), (b). *Durability* (daya tahan), (c). *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), (d). *Features* (fitur), (e). *Reliability* (reliabilitas), (f). *Aesthetics* (estetika), (g). *Perceived quality* (kesan kualitas), (h). *Serviceability* (kemampuan layanan).

Tabel 1.4
Keluhan Konsumen mengenai Kualitas Produk

No.	Pernyataan	jumlah	Persentase
1	lem pada stiker kurang lengket	14	46,67%
2	Warna putih sering kali bercampur dengan warna lain sehingga tidak sesuai dengan kemauan customer	6	20%
3	Pernis sering rontok	10	33,33%
	Total	30	100%

Sumber : Hasil Survei, 2022

Berdasarkan tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa terdapat 14 responden atau 46,67% menyatakan lem pada stiker kurang lengket, terdapat 6 responden atau 20% menyatakan warna putih sering kali bercampur dengan warna lain sehingga tidak sesuai dengan kemauan customer, terdapat 10 responden atau 33,33% menyatakan Pernis sering rontok.

Berdasarkan dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk membahas masalah mengenai harga dan kualitas produk yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang dituangkan dalam judul penelitian **“Pengaruh Harga dan Kualitas pada Produk Stiker Motor CV Andhika Jaya Saint terhadap Loyalitas Konsumen”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan masalah yang terjadi sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap Loyalitas Konsumen CV Andhika Jaya Saint?
2. Bagaimana pengaruh kualitas terhadap Loyalitas Konsumen CV Andhika Jaya Saint?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Manfaat penelitian :

1. Manfaat teoritis
hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar bagi pengembangan ilmu ekonomi khususnya yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran yang berkaitan dengan Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Stiker Motor terhadap Loyalitas Konsumen pada CV Andhika Jaya Saint.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi CV Andhika Jaya Saint agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas produk dan harga yang memengaruhi loyalitas konsumen.
 - b. Bagi Akademis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Loyalitas konsumen serta dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang menggunakan konsep dasar yang sama.

1.4 Ruang Lingkup atau Batasan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang di atas, penelitian ini membatasi permasalahan yang ada agar tidak terlalu luas dan menyimpang, juga lebih memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Adapun batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian hanya dilakukan pada CV Andhika Jaya Saint.
2. Variabel yang diteliti : Persepsi responden atas harga, kualitas dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen
3. Objek yang diteliti adalah Reseller yang berbelanja di CV Andhika Jaya Saint

1.5 Sistematika Pelaporan

Agar penyusunan laporan dalam penelitian ini dapat terlihat lebih sistematis dan lebih mudah untuk dipahami, maka sistematika pelaporan yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan pembatasan masalah serta sistematika pelaporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai teori dari studi literatur serta sumber lain yang berhubungan dengan masalah penelitian, tinjauan terhadap hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang metode penelitian seperti desain penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, serta pengumpulan variabel dan instrumen penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai hasil penelitian seperti deskripsi objek penelitian, deskripsi data responden sebagai sampel penelitian, deskripsi persepsi atas variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji signifikansi sebagai landasan pengambilan keputusan secara statistik serta pembahasannya.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini diuraikan mengenai simpulan dari hasil penelitian dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan dari hasil penelitian.