

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi dewasa ini ditandai oleh adanya kemajuan teknologi sehingga muncul banyak perusahaan pesaing yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Oleh karena itu perusahaan perlu lebih profesional dalam mengelola unit usaha. Persaingan yang ketat ini dapat menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Pemasar pada umumnya menginginkan bahwa pelanggan yang dimilikinya dapat dipertahankan selamanya. Ini bukan tugas yang mudah mengingat perubahan-perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan, seperti selera maupun aspek-aspek psikologis serta perubahan kondisi lingkungan yang mempengaruhi aspek-aspek psikologis, sosial dan kultural pelanggan.

Perubahan lingkungan ekonomi yang berdampak pada proses keputusan beli pelanggan. Daya beli konsumen yang menurun tajam telah mengondisikan konsumen pada situasi yang lebih terbatas menyangkut pilihan produk yang diinginkannya. Meskipun pemasar sudah memiliki segmen pelanggan yang dianggap loyal, namun tekanan-tekanan persaingan yang gencar sengaja diarahkan untuk mengubah loyalitas pelanggan. Bagi toko dan rumah makan, keberadaan kertas struk sangatlah penting selain untuk tanda bukti pembayaran juga kertas struk digunakan untuk memudahkan toko atau perusahaan mendata setiap transaksi yang terjadi bahkan ada yang memanfaatkan kertas struk sebagai media promosi.

Perkembangan bisnis ritel telah menjadi bisnis global dan Indonesia tidak terhindarkan dari serbuan ritel asing. Dengan kekuatan yang besar dari segi keuangan, manajemen, maupun jaringannya ritel modern raksasa masuk ke Indonesia, maka terjadi perubahan peta bisnis yang cukup signifikan dalam lima terakhir akibat jatuh banggunya bisnis ritel. Serbuan ritel modern di

Indonesia bukan kali ini terjadi, setiap dekade muncul format baru ritel modern yang menggeser ritel tradisional. Ketika di awal tahun 1980'an supermarket mewah mulai menyerbu Jakarta, maka pasar tradisional seperti pasar Cikini, pasar Santa dan pasar lain yang melayani penduduk menengah atas di pusat kota Jakarta mulai kehilangan pamor. Penyebaran supermarket yang gencar di awal tahun 1990'an mulai mempersempit ruang gerak pasar dan ritel tradisional.

Perkembangan usaha ritel dan rumah makan juga membawa dampak yang luas bagi perkembangan produk kertas struk atau yang sering kali disebut struk pembayaran. Penggunaan kertas struk sebagai tanda bukti pembayaran saat ini sangat mudah kita jumpai, baik di supermarket, mini market, toko-toko besar maupun di ATM. Bagi konsumen kertas struk merupakan produk pelengkap yang kadang kala terlupakan, namun bagi toko, keberadaan kertas struk sangatlah penting selain untuk tanda bukti pembayaran juga kertas struk digunakan untuk memudahkan toko atau perusahaan mendata setiap transaksi yang terjadi.

Saat ini telah banyak perusahaan yang merambah ke usaha pembuatan kertas struk, mengingat pangsa pasar yang masih terbuka lebar dan masih sangat menjanjikan. Semakin meningkatnya persaingan dalam industri manufaktur kertas struk, maka pangsa pasar akan semakin berkurang. PT Hendrika Wira Sarana (HWS) yang sejak tahun 1990 sebagai perusahaan yang telah lama bergerak dibidang industri manufaktur kertas struk tidak lepas dari persaingan pada industri manufaktur kertas struk. Persaingan harga yang semakin kompetitif, perusahaan pesaing berani menawarkan harga pada pelanggan dengan harga yang murah dari harga pasaran.

Mengingat konsumen kertas struk adalah perusahaan bisnis, pembelian yang biasanya diberikan dalam skala besar dan intensitas yang rutin melakukan pembelian, membuat konsumen akan loyal terhadap produk perusahaan. Akan tetapi dengan hubungan terhadap konsumen yang telah lama HWS melupakan konsumen bahwa adanya pesaing yang mulai masuk pada industri bisnis kertas struk. Saat ini terjadi sedikit penurunan konsumen yang loyal terhadap perusahaan. Tentu saja hubungan dengan yang baik terhadap konsumen harus

dijaga dengan baik oleh HWS terlepas bahwa konsumen tersebut telah lama berlanggan produk kertas struk pada HWS.

Uraian hal diatas yang melatarbelakangi untuk melakukan pembelian, konsumen tidak terlepas dari karakteristik produk baik mengenai penampilan, gaya, mutu dan harga dari produk tersebut. Penetapan harga oleh penjual akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, sebab harga yang dapat dijangkau oleh konsumen akan cenderung membuat konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Karakteristik penjual akan mempengaruhi keputusan membeli. Dalam hal ini konsumen akan menilai mengenai penjual, baik mengenai pelayanan, mudahnya memperoleh produk dan sikap ramah dari penjual.

Uraian diatas menjelaskan bagaimana kualitas relasional perusahaan harus dijaga secara aktif untuk meningkatkan loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian secara rutin. Tetapi faktor harga juga menentukan pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen juga. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi dengan judul: “**Pengaruh Kualitas relasional Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimoderasi Oleh Persepsi Harga**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Hendrika Wira Sarana merupakan perusahaan yang memiliki pengalaman yang lama dibidang kertas struk, akan tetapi sebagai perusahaan besar masih banyak terdapat beberapa masalah dalam kegiatan bisnis perusahaan. Strategi untuk lebih meningkatkan kualitas perusahaan perlu adanya evaluasi untuk mengurangi setiap permasalahan yang ada. Dalam analisis penelitian ini diperoleh indentifikasi masalah bahwa meningkatnya persaingan bisnis pada industri penyedia kertas struk sangat perlu diperhatikan oleh perusahaan terutama dalam bidang kegiatan pemasaran Hendrika Wira Sarana. Penelitian ini merupakan replikasi dari jurnal penelitian Tantri Yanuar Rahmat Syah, *Do Customers Always Want To Participate? A Study of Provider's Participation Facility Considering Customer's Implicit Self Theory*, Tahun 2014.

1.3 Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan informasi, waktu dan biaya maka peneliti membatasi permasalahan penelitian Fokus penelitian ini hanya pada variabel yang telah ditentukan dan penelitian ini dilakukan pada konsumen PT Hendrika Wira Sarana.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah didalam penelitian ini, adalah 1) apakah terdapat pengaruh Kualitas relasional terhadap Loyalitas konsumen PT Hendrika Wira Sarana? 2) apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap Kualitas relasional dan Loyalitas Pelanggan PT Hendrika Wira Sarana?.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah 1) mengetahui pengaruh Kualitas relasional terhadap Loyalitas konsumen PT Hendrika Wira Sarana, 2) mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap Kualitas relasional dan Loyalitas Pelanggan PT Hendrika Wira Sarana.

1.6 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak perusahaan untuk mengetahui faktor dominan yang menjadi pertimbangan konsumen untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan sehingga pihak perusahaan akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan konsumen.
2. Bagi penulis, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.

3. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Proposal Tesis ini tersusun dalam 3 (tiga) bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, untuk melihat sejauh mana teori yang dapat diterapkan dalam pelaksanaan yang nyata serta mendukung pemecahan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, kerangka pemikiran, hipotesis metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data, serta definisi operasional variabel.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan gambaran umum objek penelitian mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan pembagian tugas, kegiatan-kegiatan dan usaha perusahaan, serta data responden. Bab ini juga akan menjelaskan hasil hubungan dimensi setiap variabel yang diteliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran-saran berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya