

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis dewasa ini diwarnai oleh banyaknya persaingan perusahaan diberbagai industri untuk lebih tanggap terhadap kebutuhan para konsumennya. Penjualan sebagai salah satu faktor yang sangat penting peranannya dalam sebuah perusahaan. Sukses tidaknya suatu usaha tergantung pada penjualan yang dilakukan. Perusahaan harus dapat mencapai target penjualan yang sudah ditentukan.

Salah satunya produk yang dipasarkan saat ini yaitu sepatu Tomkins, sepatu Tomkins itu sendiri saat ini memiliki berbagai macam desain dan warna yang memungkinkan para *customer* tertarik untuk membeli sepatu Tomkins, berbicara mengenai sepatu Tomkins, kesetiaan konsumen adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu untuk menciptakan kepuasan. Produk sepatu Tomkins sangat memperhatikan kualitas yang akan di keluarkan agar konsumen merasa puas dengan adanya produk sepatu tomkins kesetiaan konsumen dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jika konsumen merasakan puas dengan barang atau jasa yang didapat pasti konsumen akan membeli ulang kembali produk sepatu tomkins.

Kepuasan konsumen dapat di artikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dengan harapannya. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan oleh karena itu produk sepatu tomkins sangat memperhatikan produk yang akan di keluarkan atau di jual.

Kualitas produk dan iklan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap produk sepatu Tomkins dan loyalitas dapat meningkatkan penjualan produk sepatu tomkins. Kualitas produk yaitu kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain kualitas produk sepatu tomkins dapat membuat konsumen merasa tertarik untuk membelinya tidak hanya itu saja iklan juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen oleh karena itu sepatu tomkins saat ini hanya mengeluarkan iklannya melalui media *online* saja (*instagram, browser, you tube* dan lain – lain). Maka dari itu tidak jarang para orang tua atau orang yang sudah memiliki penghasilan sendiri tidak mengetahui adanya iklan di tv, oleh karena itu orang yang mengetahui iklan sepatu tomkins saat ini hanya mereka yang sering membuka media sosial. Adapun hasil produksi dan penjualan sepatu Tomkins dapat dilihat pada diagram 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepatu Tomkins

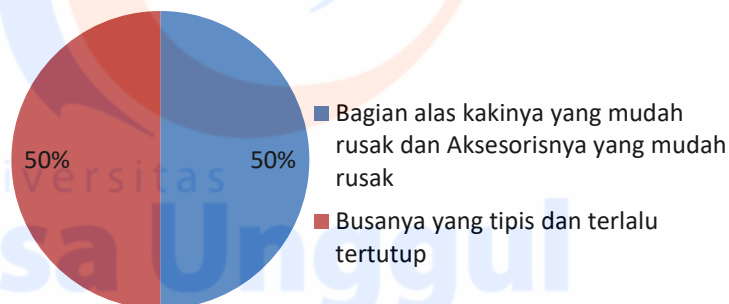
| No | Nama Produk | Jumlah Produksi / Unit | | Penjualan Rupiah | |
|----|-------------|------------------------|---------------------|------------------|-----------------|
| | | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 |
| 1 | Tomkins | 1.961.860 / Unit | 1.344.751 / Unit | Rp. 296.714.000 | Rp. 215.147.000 |
| 2 | Bata | 3.396.272 / Unit | 4.875.526 / Unit | Rp. 275.770.765 | Rp. 398.343.491 |
| 3 | Homeypad | 1.665.404 / Unit | 1.752.275 / Unit | Rp. 232.852.955 | Rp. 216.879.964 |

Sumber : Data diolah 2017

Pada tahun 2017, Perseroan mencatat total penjualan bersih sebesar Rp. 215.147.000, yang terdiri dari penjualan lokal sebesar Rp. 193.800.000 dan penjualan ekspor sebesar Rp. 21.347.000. Di tengah-tengah penurunan penjualan sepatu secara nasional yang diperkirakan mencapai 30%, Perseroan masih berhasil meningkatkan nilai penjualan lokal sebesar 12,3% dibandingkan dengan penjualan tahun sebelumnya. Penjualan ekspor menurun karena lemahnya permintaan global, serta kenaikan beberapa biaya komponen produksi terutama tenaga kerja yang menurunkan daya saing produk di pasar ekspor. Sedangkan pada tahun 2016, Perseroan mencatat total penjualan bersih sebesar Rp. 296.714.000, yang terdiri dari penjualan lokal sebesar Rp. 184.760.000 dan penjualan ekspor sebesar Rp. 111.981.000.

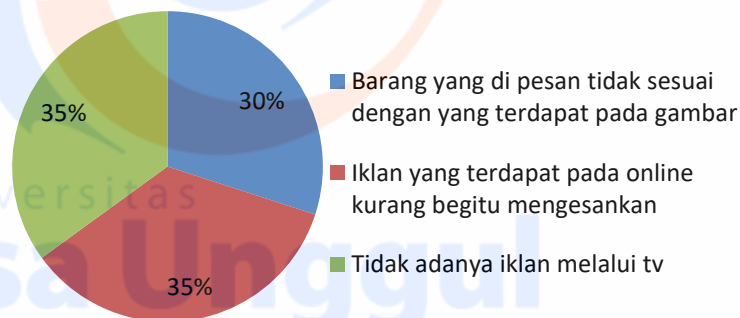
Dapat di simpulkan bahwa para konsumen yang ingin membeli sepatu Tomkins sangat memperhatikan semua yang di keluarkan oleh sepatu Tomkins baik dari segi kualitas produk, iklan, kepuasan konsumen dan loyalitas. Maka dari itu produk sepatu Tomkins sangat memperhatikan apa yang menjadi keluhan atau kebutuhan masyarakat agar produk yang di keluarkan atau di jual di kalangan masyarakat dapat di terima dengan baik, Jika kita berbicara mengenai produk sepatu merek Tomkins.

Sepatu merek Tomkins merupakan produksi dari PT. Primarindo Asia *Infrastructure*, Tbk yang didirikan pada tahun 1988 yang merupakan produsen alas kaki yang berstandar *international* dan kelengkapannya yaitu sepatu olah raga, sepatu kasual dan sandal. Tomkins sendiri baru diproduksi pada tahun 2002 untuk pasar nasional. Tomkins merupakan sepatu yang diproduksi dengan kualitas yang baik, harga terjangkau dan model yang *up-to-date*, dengan maksud untuk memperkuat *positioning* di pasar dalam negeri. Kualitas sepatu yang dihasilkan tetap konsisten menggunakan standar proses produksi pembuatan sepatu merk internasional, dengan pengawasan kualitas yang cukup ketat. Adapun hasil kuesioner pra-survey pemasaran sepatu tomkins dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



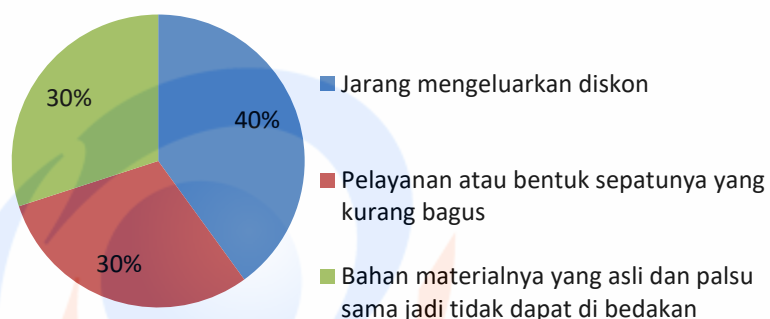
Gambar 1.1 Hasil Pra Survei Kualitas Produk Sepatu Tomkins

Dapat dilihat pada gambar 1.1 diketahui bahwa produk Sepatu Tomkins yang menjadi responden pra survey yang dimana sebanyak 20 responden 50% (10 Orang) bagian alas kakinya yang mudah rusak dan aksesorisnya yang mudah rusak sedangkan 50% (10 Orang) mengatakan bahwa busa dari sepatu tomkins itu sendiri busanya tipis dan bagian alas kakinya telalu tertutup



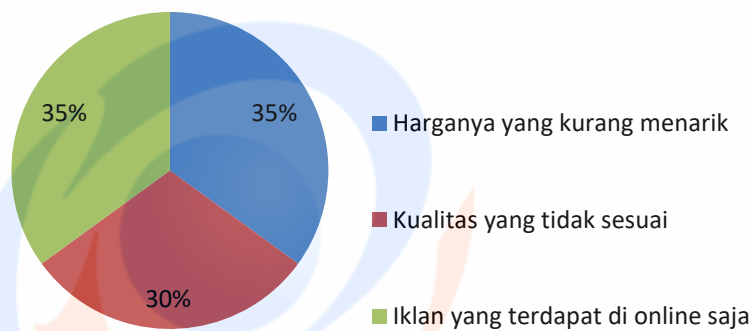
Gambar 1.2 Hasil Pra Survei Iklan Sepatu Tomkins

Dapat dilihat pada gambar 1.2 diketahui bahwa produk Sepatu Tomkins yang menjadi responden pra survey yang dimana sebanyak 20 responden 30% (6 Orang) mengatakan bahwa barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang terdapat pada gambar, 35% (7 Orang) mengatakan bahwa iklan yang terdapat pada *online* kurang mengesankan dan saat ini iklan sepatu Tomkins tidak ada di tv hanya melalui media *online* saja sedangkan 35% (7 Orang) mengatakan bahwa tidak adanya Iklan melalui tv sehingga orang yang jarang melihat produk Sepatu Tomkins.



Gambar 1.3 Hasil Pra Survei Kepuasan Konsumen Sepatu Tomkins

Dapat dilihat pada gambar 1.3 diketahui bahwa produk Sepatu Tomkins yang menjadi responden pra survey yang dimana sebanyak 20 responden Jarang mengeluarkan diskon 40% (8 Orang) jarang mengeluarkan diskon, 30% (6 Orang) pelayanan atau bentuk sepatunya yang kurang bagus, sedangkan 30% (6 Orang) mengatakan bahan materialnya yang asli dan palsu sama jadi tidak dapat di bedakan



Gambar 1.14 Hasil Pra Survei Loyalitas Konsumen Sepatu Tomkins

Dapat dilihat pada gambar 1.4 diketahui bahwa produk Sepatu Tomkins yang menjadi responden pra survey yang dimana sebanyak 20 responden 35% (7 Orang) mengatakan bahwa harganya yang kurang menarik, 30% (6 Orang) mengatakan kualitas yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan 35% (7 Orang) Iklan yang terdapat di online saja. Jadi jarang para oaring tua mengetahui iklannya.

Jika dilihat dari latar belakang yang diuraikan diatas tentunya setiap konsumen akan mempertimbangkan terlebih dahulu berbagai faktor yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan seperti kualitas produk, iklan

produk, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, dan berbagai faktor pendukung lain sebelum memilih atau mengambil keputusan pembelian suatu produk, maka penulis ingin melakukan penelitian ilmiah yang diberi judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Iklan Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas** (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Tomkins Di Supermall Lippo Karawaci Tangerang)”

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

12.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada dalam penelitian ini, yaitu :

1. Kualitas produk yang semakin menurun menyebabkan kurangnya tingkat kepuasan konsumen untuk membeli sepatu tomkins. Hal ini dapat dilihat dari sisi kualitas produk dan pelayanan.
2. Iklan yang saat ini jarang dilihat oleh masyarakat membuat orang kurang tertarik untuk membeli ulang sepatu tomkins.
3. Kurangnya tingkat kepuasan konsumen sepatu tomkins di sebabkan oleh kualitas produk dan iklan yang kurang menarik mengakibatkan konsumen beralih ke produk lain.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Melihat identifikasi masalah di atas maka penelitian ini dibatasi hanya pada masalah Kualitas Produk (sebagai X_1) Iklan (sebagai X_2) Kepuasan Konsumen (sebagai Y_1) Loyalitas Konsumen (sebagai Y_2) sehingga penulis hanya dibatasi pada 4 variabel saja.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sepatu tomkins di tangerang?
2. Apakah terdapat pengaruh iklan terhadap kepuasan konsumen sepatu tomkins di tangerang?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sepatu tomkins di tangerang?
4. Apakah terdapat pengaruh iklan terhadap loyalitas konsumen sepatu tomkins di tangerang?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sepatu tomkins di tangerang?
6. Apakah kualitas produk melalui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sepatu tomkins di tangerang?
7. Apakah iklan melalui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sepatu tomkins di tangerang?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sepatu tomkins di tangerang.

2. Untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap kepuasan konsumen sepatu tomkins di tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sepatu tomkins di tangerang.
4. Untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap loyalitas konsumen sepatu tomkins di tangerang.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sepatu tomkins di tangerang.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk melalui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sepatu tomkins di tangerang.
7. Untuk mengetahui pengaruh iklan melalui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sepatu tomkins di tangerang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak - pihak yang terkait yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman mengenai faktor - faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan selanjutnya

2. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang berdasarkan praktek yang terjadi.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.