

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era yang semakin maju dan persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, setiap perusahaan dituntut untuk dapat menjaga stabilitas dan terus berkembang ke arah yang lebih baik lagi. Setiap perusahaan berjuang sekeras mungkin menjalankan roda bisnisnya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Bahkan perusahaan saling berlomba untuk mendapatkan image atau citra yang positif dan kesetiaan konsumen terhadap produknya. Fenomena persaingan bisnis produk yang semakin ketat pada masa kini dapat dilihat dari banyaknya orang berkompetisi dalam mengolah ide kreatifnya untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2005). Dengan kata lain kualitas produk diukur sejauh mana produk tersebut bisa memuaskan pelanggannya. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi pelanggan yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Kepuasan konsumen juga merupakan salah satu indikator keberhasilan dari suatu usaha.

Setelah menjadi wirausaha yang mampu memiliki kualitas produk yang baik dan dapat mewujudkan kepuasan konsumen, maka langkah selanjutnya adalah mendapatkan loyalitas konsumen. Loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya. Komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana konsumen tidak mau berpindah walaupun produk maupun jasa tersebut sedang langka dipasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain. Sama halnya dengan perusahaan-perusahaan *packaging* plastik di Indonesia khususnya di daerah tangerang, munculnya pesaing-pesaing baru membuat persaingan bisnis *packaging* plastik semakin ketat. Perusahaan tidak hanya bersaing dalam menarik pelanggan baru, tetapi juga perlu mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

PT. Century Mitra Sukses Sejati merupakan salah perusahaan manufaktur *packaging* dan *rotogravure* daerah Cikupa Tangerang. Perusahaan ini bisa memproduksi ratusan dan mungkin ribuan *roll* dalam sekali proses dengan mesin printing yang bisa menghasilkan 9 warna dalam sekali jalan prosesnya. Dengan melihat pesaing baru yang bergerak di bidang yang sama dengan

menawarkan kualitas produk serta harga bervariasi. Tetapi sebagai sesama pembisnis harus meyakinkan terhadap *customer* dan calon *customer* baru dalam memilih produk kita dengan menjaga kualitas produk yang ditawarkan. Dari setiap tahunnya *roll lidcup* kemasan air minum penjualan meningkat disaat waktu tertentu contohnya Hari Raya Lebaran, Natal dan Tahun Baru dikarenakan setiap rumah tangga membutuhkannya untuk menghadirkan air minum dalam kemasan di meja tamu.

Pada jaman modern seperti sekarang ini, dimana segala sesuatu instant dan praktis salah satunya kesediaan air minum yang bisa dibentuk dan dikemas sedemikian praktis bagi setiap penggunaannya. Dimana dari segi sehari-hari maupun acara resmi sekalipun. Dari sinilah pemakaian kemasan plastik terutama kemasan *lidcup* sangatlah penting. Di setiap rumah hampir tidak pernah menghadirkan air minum tamu dengan merebus air terlebih dahulu dikarenakan telah banyak air minum dalam kemasan *lidcup* yang dijual dengan berbagai macam merek serta menawarkan bervariasi rasa. Dengan melihat peluang ini bagi perusahaan air minum dalam kemasan serta perusahaan kemasan plastik printing saling menawarkan kualitas produk, serta harga bervariasi terhadap perusahaan kemasan air minum. PT Century Mitra Sukses Sejati sudah berdiri semanjak tahun 2009 dengan memiliki 3 mesin printing yang salah satu mesin bisa menghasilkan 9 warna dalam sekali proses printingnya. Setelah melakukan proses printing maka masuk ke mesin laminasi dimana di proses ini mencampurkan bahan untuk menghasilkan kemasan dalam bentuk *roll jumbo* plastik dengan desain tutup gelas air minum kemasan dan setelah itu masuk ke mesin *slitting* dimana proses ini di potong sesuai dengan permintaan *customer* yang disesuaikan ukuran mesin *lidcup* air minum mereka. Dalam potongan gulungan *roll lidcup* ini bisa dalam 500 meter maupun 1000meter dalam setiap gulungannya.

Di tahun 2016 terdapat masalah *retur* yang cukup banyak dalam produk tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan plastik.

Tabel 1.1 Penurunan Penjualan Roll Tutup Gelas Lidcup Air Minum Dalam Kemasan 240ml di PT Century Mitra Sukses Sejati Periode 2015-2017

No	Tahun	Kuantiti PO	Keterangan
1.	2015	2200 Roll	Kemasan bocor dan kurang nempel
2.	2016	2000 Roll	Kemasan bocor, kurang nempel dan warna luntur
3.	2017	1500 Roll	Kemasan Bocor dan warna luntur
4.	2018	1000 Roll	Kemasan bocor, kurang nempel dan warna luntur

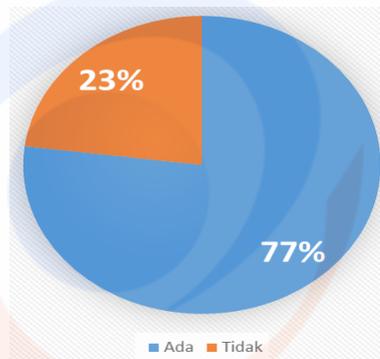
sumber : PT Century Mitra Sukses Sejati

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa penjualan *roll* tutup gelas air minum dalam kemasan 240ml mengalami penurunan sangat signifikan. Dikarenakan masalah kualitas produk salah satunya yang menentukan kepuasan

pelanggan dalam setiap konsumsi produk ini. Sehingga kurangnya loyalitas pelanggan terhadap PT Century Mitra Sukses Sejati sebagai produsen mereka.

Semakin banyak pabrik- pabrik sejenisnya yang menawarkan kualitas baik dengan harga murah. Maka, PT Century Mitra Sukses Sejati mengevaluasi kekurangan dari kualitas produk dengan meningkatkan monitoring saat proses produksi. Maka dengan ini penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Kualitas produk, Harga, dan Citra merek terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan pada PT Century Mitra Sukses Sejati sebagai objek penelitian. Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan kepada 30 Responden pelanggan *roll lidcup* tutup gelas air minum dalam kemasan 240ml pada PT Century Mitra Sukses Sejati. Maka diperoleh data sebagai berikut.

Ada keluhan mengenai kemasan lidcup air minum dalam kemasan 240ml?



Gambar 1.1

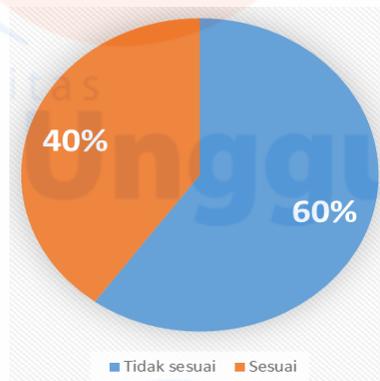
Sumber : Data diolah 2019

Diagram Prasurvey 1.1 Hasil Prasurvey mengenai kemasan lidcup air minum dalam kemasan 240ml

Dapat dilihat dan diketahui bahwa responden PT Century Mitra Sukses Sejati Tangerang menjadi responden prasurvey yaitu sebanyak 30 responden. Dimana 77% responden mengatakan ada mengeluhkan terkait dengan *roll* tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml PT CMSS yang sering bocor, warna luntur dan tidak sesuai persetujuan awal pelanggan, dan ketebalan plastik cenderung tipis ataupun tidak *standar* yang ditetapkan pelanggan. Sehingga dalam hal ini pelanggan sangat kecewa dengan hasil didapat.

Dari segi tanggapan respon dalam setiap keluhan yang kurang tanggap. Dan dalam pengambilan dan penggantian retur yang masih terlambat. Kurangnya pengontrolan pada saat awal proses produksi, pengepakan barang, pengiriman dan saat barang sudah ditangan pelanggan. Sehingga pelanggan kurang merasa puas dengan hasil produk dari PT Century Mitra Sukses Sejati.

**Apakah Harga Produk Roll Plastik Tutup Gelas Lidcup
Air Minum Dalam Kemasan 240ml Sesuai Dengan
Kualitas ?**



Gambar 1.2

Sumber : Data diolah 2019

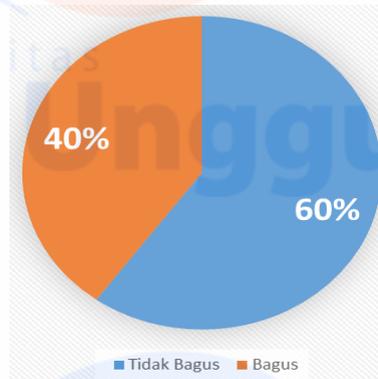
Diagram Prasurvey 1.2. Hasil Prasurvey Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas

Dapat dilihat dan diketahui dari hasil survey pada harga produk *roll* tutup gelas *lid cup* air minum dalam kemasan 240ml para responden mengatakan 60% tidak setuju dikarenakan harga diterima pelanggan tidak sesuai dengan kualitas produk yang mereka terima. Dan bagi responden menjawab 40% sesuai dengan kualitas produk mereka dapatkan sebanding dengan biaya mereka keluarkan. Harga bisa disesuaikan dengan jumlah order yang dipesan pelanggan, jarak tempuh pengiriman barang serta spesifikasi ketebalan palstik mereka pesan. Sehingga dari situ untuk menetapkan akan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan itu sendiri. Tetapi sebagai pembisnis juga memperhatikan harga pasar, sehingga dapat menjadi tolak ukur dalam penetapan harga produk dipasaran. Sekian banyak pesaing di dunia packaging plastik *roll* tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml yang menawarkan harga sama sampai harga murah sekalipun. Sebaiknya perusahaan lebih gigih dalam meyakinkan pelanggan mengenai produk kita.

Harga *roll* tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml di PT CMSS dapat dibedakan dengan melihatt dari kuantiti order, warna pada desain yang dipesan, *fracnco* pengiriman serta lamanya pembayaran juga bisa menjadi patokan dari penetapan harga jual. Untuk pelanggan baru di PT CMSS akan bisa lebih murah apabila pelanggan melakukan pembayaran tunai (*cash*) sebelum melakukan proses pengiriman barang. Dan ada juga harga akan lebih tinggi apabila dilihat dari jumlah dipesan, *franco* pengiriman, dan maksimalnya

pengiriman dari yang ditetapkan . Misalnya pelanggan akan membagi pengiriman barang dalam beberapa jangka bulanan.

Citra Merek Minuman Dalam Kemasan 240ml Bagus ?



Gambar 1.3

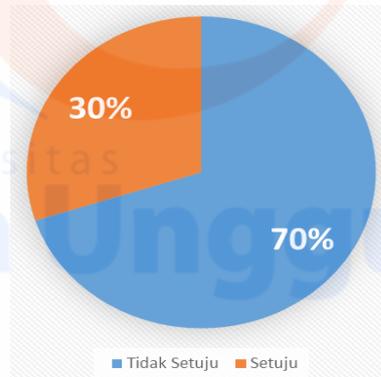
Sumber : Data diolah 2019

Diagram Prasurvey 1.3 Hasil Citra Merek Minuman Dalam Kemasan 240ml

Dapat dilihat dan diketahui bahwa responden PT Century Mitra Sukses Sejati Tangerang menjadi responden prasurvey sebanyak 30 responden. Dimana menyatakan 60% tidak bagus dikarenakan sering terjadi *komplaint* bahwa produk *roll* tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml kualitas sering bocor, harga tinggi, dan penangan masalah kurang tanggap. Dan sisanya 40 % menyatakan responden produk ini kualitas bagus dan membuat mereka puas dengan hasilnya.

Citra merek salah satu keyakinan konsumen mengenai merek tertentu, seperti pengalaman yang tertanam di ingatan konsumen. Seharusnya untuk bisa memberikan kesan yang baik pada pelanggan. Ketika *order* masuk jangan terputus komunikasi dengan pelanggan. Kepuasan pelanggan dianggap sebagai faktor penting dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dari kualitas produk *roll* tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml tiap tahun semakin menurun dan harga tinggi , maka sebagai pelanggan dikecewakan dengan hasil mereka terima. Sehingga membuat mereka kurang percaya, tidak puas yang mengakibatkan tidak adanya loyalitas terhadap PT Century Mitra Sukses Sejati dengan menurunnya jumlah *order*. Maka dari itu sebagai produsen harus membangun kembali pemikiran yang positif terhadap kualitas produk kita dengan memperbaiki serta meningkatkan dari segi kualitas produk dan pelayanan yang maksimal.

Para Pelanggan Minum Dalam Kemasan 240ml Merasa Puas



Gambar 1.4

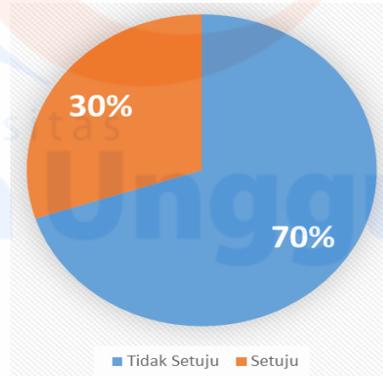
Sumber : Data diolah 2019

Diagram Prasurvey 1.4 Para Pelanggan Minuman Dalam Kemasan 240ml Puas

Dapat dilihat dan diketahui bahwa responden PT Century Mitra Sukses Sejati Tangerang menjadi responden prasurvey yaitu sebanyak 30 responden. Dimana sebanyak 21 orang (70%) mengatakan tidak setuju pada produk *Roll Tutup Gelas Lidcup* Air minum Dalam Kemasan 240 ml terhadap produk berkualitas, harga relatif murah, dan penanganan masalah cenderung tanggap. Sehingga pelanggan akan selalu memberikan order kembali di lain waktu. Tetapi pada kenyataannya produk yang diterima sering terdapat bocor pada sisi tutup gelas, warna luntur dan kemasan tidak stabil ketebalannya. Dalam hal ini pelanggan merasa kecewa dan mengalihkan *order* ke kompetitor sejenis.

Dalam hal ini perusahaan mengalami penurunan penjualan dari 3 tahun terakhir ini. Dikarenakan kualitas ditawarkan *Roll Tutup Gelas Lidcup* Air Minum Dalam Kemasan Plastik 240ml tidak sebaik dengan sebelumnya. Di sisi lain responden menyatakan setuju sebanyak 30 % mereka selalu akan mengorder kembali dalam waktu dekat. Dan tidak akan berpindah order ke kompetitor *lidcup* air minum dalam kemasan yang lain. Maka dengan perbedaan ini perusahaan lebih memperhatikan tingkat kepercayaan dalam memilih produk. Untuk menarik kembali pelanggan yang sudah kecewa dengan hasil mereka dapatkan dalam 4 tahun terakhir ini yang berdampak penurunan penjualan produk *roll* tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml PT Century Mitra Sukses Sejati di wilayah Tangerang.

Para Pelanggan Selalu Memakai Roll Lidcup Dalam Kemasan 240ml



Gambar 1.5

Sumber : Data diolah 2019

Diagram Prasurvey 1. 5 Hasil Loyalitas Pelanggan

Dapat dilihat dan diketahui bahwa responden PT Century Mitra Sukses Sejati Tangerang menjadi responden prasurvey yaitu sebanyak 30 responden. Dimana sebanyak 21 orang (70%) mengatakan tidak setuju dalam merekomendasikan kesan baik saat melakukan pemesanan *order* di PT Century Mitra Sukses Sejati dan melakukan pengorderan kembali.

Untuk menciptakan kesan yang baik bagi pelanggan terhadap perusahaan . Setiap mendapatkan *order* sedikit maupun jumlah yang banyak selalu memonitoring setiap proses awal hingga akhir. Dan selalu melakukan hubungan baik dengan pelanggan. Seperti melakukan *interview* kepada pelanggan menanyakan kesulitan apa dialami saat melakukan pengorderan di PT Century Mitra Sukses Sejati yang berkaitan dengan kualitas barang dibeli. Sehingga perusahaan dapat mengetahui kekurangan yang harus diperbaiki untuk menghindari perasaan kecewa saat mengorder *Roll Tutup Gelas Lidcup Air Minum Dalam Kemasan 240ml* PT Century Mitra Sukses Sejati.

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Kualitas produk tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml mudah bocor, warna tidak sesuai serta ketebalan plastik tidak standar mengakibatkan penurunan penjualan. Sehingga pelanggan tidak mau menambahkan *order* bahkan sampai beralih ke kompetitor lainnya.

2. Harga relatif kurang terjangkau dari kompetitor lainnya. Sehingga sangat berdampak terhadap permintaan jumlah *order* cenderung sedikit dari tahun-tahun sebelumnya
3. Citra merek produk tutup gelas air minum dalam kemasan 240ml yang semakin turun tiap tahunnya yang diakibatkan kurang puasnya hasil produk mereka terima.
4. Kepuasan pelanggan produk *roll* tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml berkurang saat menerima kualitas produk diterima tidak sesuai dengan *ekspektasi* sebelumnya. Sehingga berdampak terhadap penurunan permintaan barang saat ini.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi tersebut peneliti melakukan pembatasan masalah hanya pada tanggapan pelanggan produk *roll* tutup gelas air minum dalam kemasan 240ml PT Century Mitra Sukses Sejati yang berkaitan dengan Kualitas produk, Harga, dan Citra merek terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut.

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
6. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
7. Apakah citra merek berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
8. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?

9. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
10. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
3. Untuk mengetahui citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
4. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
5. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
6. Untuk mengetahui harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
7. Untuk mengetahui citra merek berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
8. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
9. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?
10. Untuk mengetahui citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada *roll* plastik tutup gelas *lidcup* air minum dalam kemasan 240ml ?

1.5 Manfaat Penelitian

Kegunaan yang dapat dirumuskan dari dilakukannya penelitian ini terdiri dari dua kegunaan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen pada khususnya.

2. Kegunaan Praktis

1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam praktek bidang manajemen. Selain itu juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam pembuatan penelitian atau kegiatan lain.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan terkait terutama dalam bidang pemasaran.