

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat serta diiringi persaingan usaha yang semakin ketat membuat para pengusaha untuk berlomba-lomba dalam menarik perhatian konsumen agar tidak kalah saing dengan perusahaan kompetitor. Pelaku bisnis harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka pelaku bisnis harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Oleh karena itu, perusahaan dalam memenangkan persaingan harus meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya agar pelanggannya bisa menjadi loyal.

Menurut (Kotler and Keller, 2009:152) salah satu karakteristik pelanggan yang loyal adalah selalu melakukan pembelian ulang secara terus menerus. Konsumen yang loyal yaitu mereka yang puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan produk atau jasa tersebut kepada orang-orang yang dikenalnya. Menurut Kotler (1997) dalam ( Alfred, 2013:179) Pelanggan dianggap penting karena mereka menentukan kelangsungan hidup sebuah organisasi. Pelanggan adalah darah kehidupan setiap organisasi, dan tanpa pelanggan tidak ada organisasi yang mampu mempertahankan keberadaannya. Pelanggan akan bertahan dengan suatu produk jika konsumen merasa puas dengan produk tersebut. Oleh sebab itu menurut (Tjiptono, 2005) kepuasan pelanggan harus dibarengi pula dengan loyalitas pelanggan.

Pelaku bisnis harus melakukan cara-cara untuk menjaga loyalitas konsumen agar konsumen tidak berpindah kepada alternatif lain. Selain itu pelaku bisnis juga harus mengembangkan program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang sehingga menghasilkan keuntungan atau profit pada pengusaha. Keberhasilan pengusaha untuk mempengaruhi konsumen dalam loyalitas konsumen sangat didukung dengan membangun kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat dasar perasaan konsumen dari suatu pelayanan ataupun kualitas dari suatu produk yang dapat didefinisikan sebagai pemenuhan kebutuhan yang dapat melebihi dari keinginan atau harapan dari konsumen (Kotler dan Keller, 2009:139). Ketika suatu pelanggan merasa puas atas produk yang diberikan oleh perusahaan maka dia akan cenderung melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut dan semakin

lama akan menjadi pelanggan yang loyal. Menurut Tjiptono (2008:40) menyatakan konsumen yang loyal belum tentu mereka puas, sebaliknya pelanggan yang puas akan cenderung menjadi konsumen yang loyal. Dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Khakim, Aziz, dan Maria (2014), dan Janita, Suharyono, dan Andriani (2014) bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas produk, menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks (Hidayat, 2009). Dengan Kualitas produk yang baik maka akan menciptakan kepuasan dan keinginan produk terpenuhi dan jika kualitas produk yang yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan maka kualitas produk yang di persespsikan akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen.

Persaingan dalam dunia usaha salah satunya usaha listrik dan industri semakin ketat, mendorong setiap perusahaan untuk terus mengembangkan strategi usaha dengan cara mempertahankan dan mengembangkan kualitas produknya, salah satu faktor yang mempengaruhi usaha yaitu faktor harga. Harga yaitu harga yang dibayar dan cara-cara atau syarat-syarat yang berhubungan dengan penjualannya. Menurut Basu Swastha dan T. Hani Handoko (2000: 125) "Price (harga) adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan".

CV. Anugrah Elektrik adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Konstruksi, Mekanikal dan Elektrikal (ME) dengan fokus pada instalasi dan pasokan bahan Peralatan Mekanik dan Listrik (ME Equipments) dan bagian-bagian komponen yang mendukung Mesin dan Sistem Listrik. CV. Anugrah Elektrik dimulai pada tahun 2004 dan telah menjadi pemasok profesional dan terkenal berlokasi di Tangerang. CV. Anugrah Elektrik dalam websitenya [www.listrikindustri.com](http://www.listrikindustri.com) menjual berbagai produk utama meliputi lampu, stop kontak, saklar, kabel listrik, semikonduktor, modul daya, dioda, thyristor, penghambat daya, dan berbagai jenis produk elektric. Produk-produk ini digunakan untuk mesin industri, telekomunikasi, forklift, dan elektronik konsumen. Salah satu produk unggulan pada CV. Anugrah Elektrik yaitu lampu philips yang terkenal dengan keawetan dan ketahanannya.

Dengan seiring berjalannya waktu banyak perusahaan serupa yang bergerak di bidang supplier Konstruksi, Mekanikal dan Elektrikal (ME) diantaranya yaitu CV. Wita Jaya, CV. Duta Electric, CV. Moris Mandiri dan CV. Indo Listrik mempunyai kualitas produk yang baik dan bervariasi dengan harga yang lebih murah dan layanan website yang lengkap dengan customer servisnya. Berikut perbandingan harga lampu philips dengan perusahaan pesaingnya.

Tabel 1. 1 Data Perbandingan Harga Lampu Philips

No	Perusahaan	Harga
1	CV. Anugrah Elektrik	Rp 25,500
2	CV. Wita Jaya	Rp 24,000
3	CV. Duta Elektrik	Rp 21,000
4	CV. Moris Mandiri	Rp 23,000
5	CV. Indo Listrik	Rp 22,000

Sumber : Diolah Peneliti, 2020

Dari hasil observasi diatas maka dapat dilihat bahwa harga lampu philips dari CV. Anugrah Elektrik lebih mahal dibandingkan dengan pesaingnya. Melihat pesaing yang semakin banyak ini CV. Anugrah Elektrik harus memberikan kualitas produk dan harga yang baik guna menciptakan kepuasan konsumen yang bertujuan untuk menciptakan loyalitas konsumen. Maka dengan ini CV. Anugrah Elektrik berusaha untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan produk dan harga yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan ketatnya persaingan bisnis membuat CV. Anugrah Elektrik mengalami fluktuasi. Sementara dalam kurun waktu 5 bulan terakhir CV. Anugrah Elektrik mengalami penurunan penjualan. Seperti dalam tabel 1.1 berikut :

Tabel 1. 2 Data Penjualan Lampu Philips CV. Anugrah Elektrik

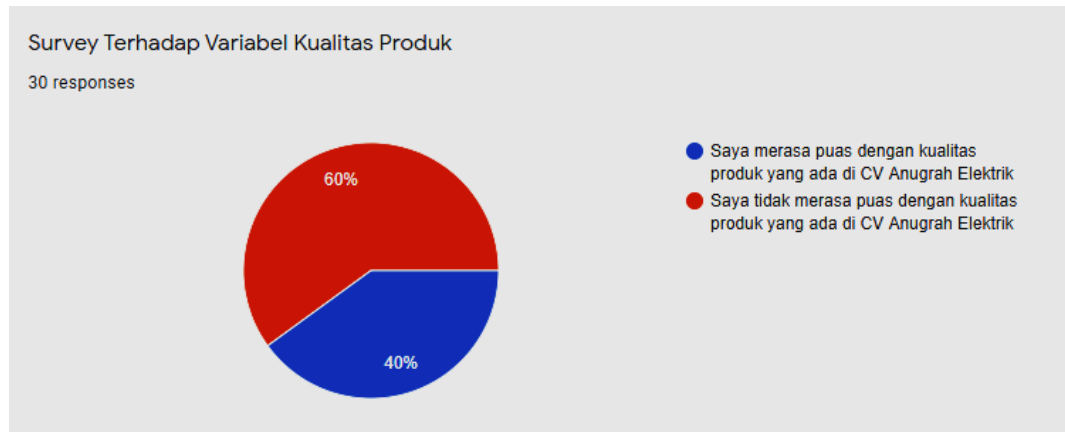
No	Bulan	Penjualan (pcs)	Laba Kotor
1	Nov-19	312 pcs	Rp 7,800,000
2	Dec-19	350 pcs	Rp 8,750,000
3	Jan-20	264 pcs	Rp 6,600,000
4	Feb-20	215 pcs	Rp 5,375,000
5	Mar-20	205 pcs	Rp 5,125,000
6	Apr-20	180 pcs	Rp 4,500,000
7	Mei-20	160 pcs	Rp 4,325,000

Sumber : CV. Anugrah Elektrik, 2020

Dari hasil observasi diatas maka dapat dilihat bahwa selama 5 bulan terakhir CV. Anugrah Elektrik mengalami penurunan penjualan yaitu pada bulan Desember sebesar Rp 8,750,000 menjadi Rp 6,600,000 pada bulan Januari, dan pada bulan Februari menurun menjadi Rp 5,375,000 hingga bulan Maret terus mengalami penurunan yang signifikan sebesar Rp 5,125,000 dan pada bulan April menurun menjadi 4,500,000 hingga bulan Mei terus mengalami penurunan menjadi 4,325,000. Begitu juga dengan penjualan produk yang menurun dari 350 menjadi 264 pada bulan Januari dan pada bulan Februari 215 menjadi 205 produk penjualan pada bulan Maret dan pada bulan April 180 terus mengalami penurunan hingga bulan Mei sebanyak 160 pcs penjualan.

Hal ini tentu menjadi masalah mengapa terjadi penurunan penjualan, apakah konsumen mengalami penurunan minat beli terhadap CV. Anugrah Elektrik atau loyalitas terhadap CV. Anugrah Elektrik Menurun. Karena tidak dapat dihindari bahwa kompetitor terhadap perusahaan supplier elektrikal kian banyak dan harga yang mereka tawarkan lebih murah.

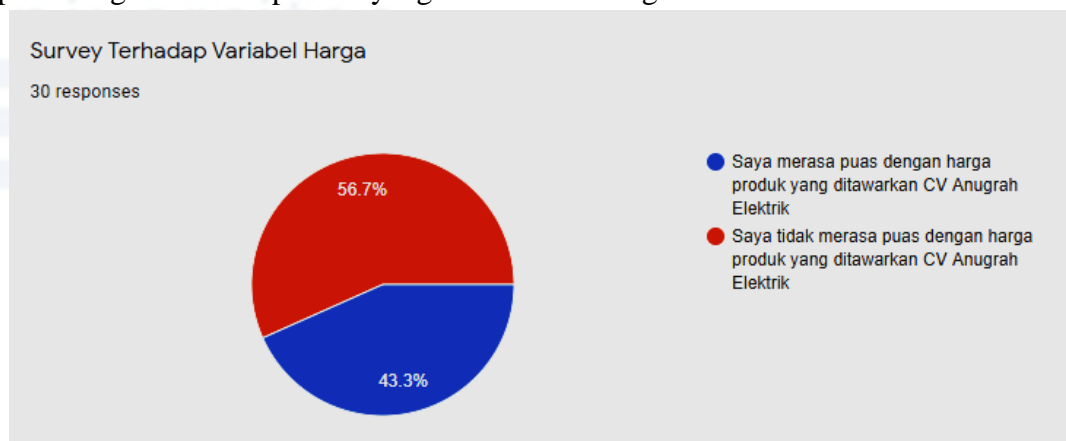
Berdasarkan pra survey yang dilakukan kepada 30 responden pelanggan CV. Anugrah Elektrik dan di berikan pertanyaan terbuka melalui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan maka di peroleh data sebagai berikut:



Sumber : Diolah peneliti 2020

Gambar 1. 1 Data Kualitas Produk

Dapat dilihat pada gambar 1.1 di ketahui bahwa jumlah pelanggan CV. Anugrah Elektrik yang menjadi responden prasurvey yang dilakukan peneliti dimana sebanyak 30 responden dari segi kualitas produk yaitu 12 atau 40% responden menyatakan bahwa merasa puas dengan kualitas produk yang ada di CV. Anugrah Elektrik dan 18 atau 60% responden menyatakan tidak merasa puas dengan kualitas produk yang ada di CV. Anugrah Elektrik.

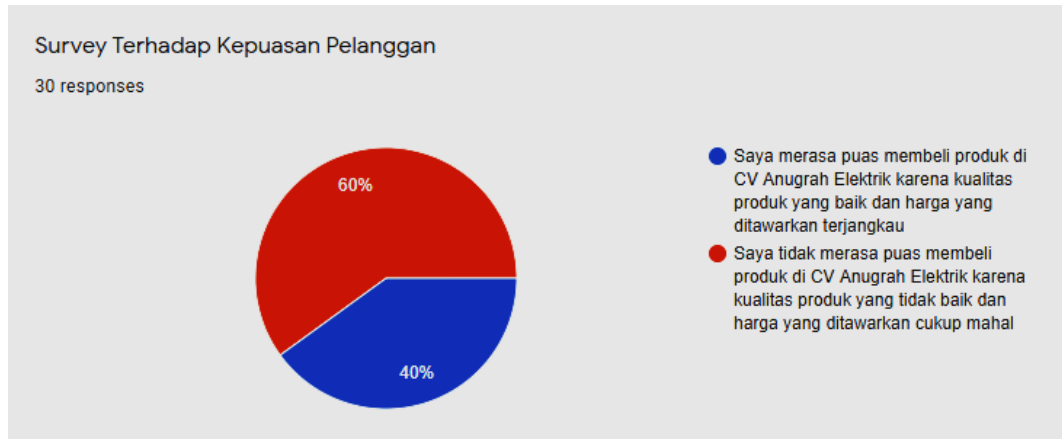


Sumber : Diolah peneliti 2020

Gambar 1. 2 Data Harga

Dapat dilihat pada gambar 1.2 di ketahui bahwa jumlah pelanggan CV. Anugrah Elektrik yang menjadi responden prasurvey yang dilakukan peneliti

dimana sebanyak 30 responden dari segi harga yaitu 13 atau 43.3% responden menyatakan bahwa merasa puas dengan harga produk yang ditawarkan CV. Anugrah Elektrik dalam artian harganya relatif murah dan sesuai dengan kualitas produknya dan 17 atau 56,7% responden menyatakan tidak merasa puas dengan harga produk yang ditawarkan CV. Anugrah Elektrik dalam artian harganya mahal dan dan tidak sebanding dengan kualitas produk yang diberikan oleh CV. Anugrah Elektrik.



Sumber : Diolah peneliti 2020

Gambar 1. 3 Data Kepuasan Pelanggan

Dapat dilihat pada gambar 1.3 di ketahui bahwa jumlah pelanggan CV. Anugrah Elektrik yang menjadi responden prasurvey yang dilakukan peneliti dimana sebanyak 30 responden dari segi kepuasan pelanggan yaitu 12 atau 40% responden menyatakan merasa puas membeli produk di CV. Anugrah Elektrik karena kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau dalam artian harga dan kualitas produk yang ditawarkan CV. Anugrah Elektrik sangat baik dan 18 atau 60% responden menyatakan bahwa tidak merasa puas membeli produk di CV. Anugrah Elektrik karena kualitas produk yang tidak baik dan harga yang ditawarkan cukup mahal dalam artian bahwa kualitas produk yang ditawarkan CV. Anugrah Elektrik tidak sebanding dengan harganya yang mahal.

Berdasarkan uraian diatas dan hasil prasurvey yang dilakukan peneliti di ketahui factor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk antara lain kualitas produknya yang baik dan factor-faktor yang mempengaruhi harga seperti tingkat kemampuan pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan produk yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkannya dan factor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan berupa kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau.

Berdasarkan masalah tersebut, peneliti ingin mengetahui penilaian pelanggan terhadap produk CV. Anugrah Elektrik yang dikeluarkan oleh pelaku bisnis atau pengusaha. Peneliti juga ingin mengetahui apakah yang menjadi penyebab penurunan penjualan, dari segi kualitas produk dan harga

yang ditawarkan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada CV. Anugrah Elektrik”**

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah tersebut, maka identifikasi masalah yang dapat diambil adalah :

1. Kualitas produk CV. Anugrah Elektrik yang belum baik sehingga masih terjadinya ketidakpuasan sehingga berakibat rendahnya loyalitas pelanggan.
2. Harga yang diberikan oleh CV. Anugrah Elektrik lebih mahal dibanding pesaingnya sehingga para pelanggan beralih ke tempat yang lebih murah, sehingga berakibat rendahnya loyalitas pelanggan.
3. Adanya persaingan harga sesama perusahaan supplier elektrikal sehingga berakibat rendahnya loyalitas pelanggan.
4. Adanya ketidakpuasan dari pelanggan terkait dengan kualitas produk dan harga pada CV. Anugrah Elektrik sehingga adanya pelanggan yang pindah ke tempat lain dan berakibat rendahnya loyalitas pelanggan.

### **1.3. Batasan Masalah**

Mengingat keterbatasan informasi, waktu dan biaya maka peneliti membatasi permasalahan penelitian untuk menghindari meluasnya permasalahan maka penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Konsumen yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah melakukan pembelian minimal 2x pada CV. Anugrah Elektrik
2. Penelitian ini dibatasi pada hanya pada masalah Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening pada CV. Anugrah Elektrik

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Identifikasi diatas maka peneliti dapat menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan CV. Anugrah Elektrik?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik?

5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik?
7. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan CV. Anugrah Elektrik
3. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik
4. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik
5. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik
6. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik
7. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada CV. Anugrah Elektrik

### **1.6. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi instansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pihak CV. Anugrah Elektrik berupa informasi empiris yang dapat di gunakan sebagai:

- a. Bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pimpinan dalam rangka meningkatkan kualitas produknya
- b. Dasar perencanaan di masa yang akan datang dalam hal kebijakan penetapan harga bagi para pelanggan

2. Manfaat bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih mengenai ruang lingkup manajemen pemasaran secara nyata khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Akademisi

Dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan dalam penelitian serupa dimasa yang akan datang, di dalam dan di luar lingkungan Universitas Esa Unggul Citra Raya.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada masyarakat.

