

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa perekonomian yang telah masuk di dalam era globalisasi, di mana sebagai pelaku bisnis merasakan adanya pesaing bisnis yang semakin ketat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut. Indonesia dengan masyarakat yang terus meningkat begitu juga dengan banyaknya pembangunan perumahan membuat pengrajin mebel semakin semangat dalam membuat properti rumah tangga. Para pengrajin semakin terinspirasi dalam membuat produk-produk baru untuk meleangkapi kebutuhan rumah tangga seperti sofa, lemari, *spring bed* dan lain sebagainya.

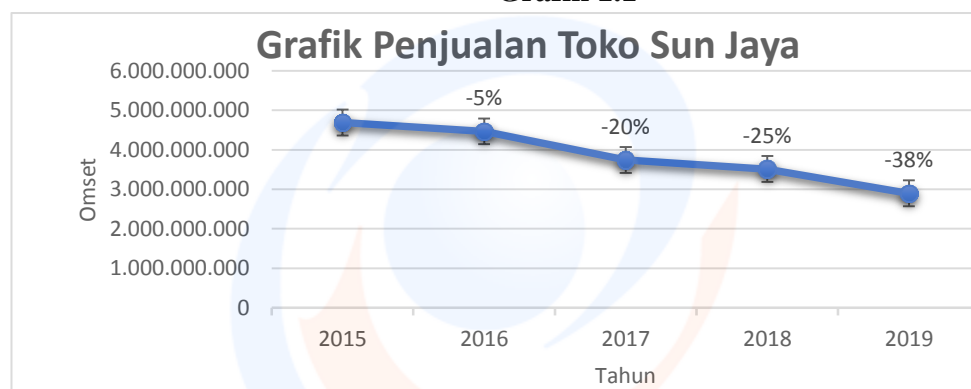
Toko Sun Jaya Furniture cabang Balaraja adalah salah satu toko furniture/peralatan rumah tangga. Di era sekarang yang semakin modern ini, perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dari adanya persaingan yang sangat ketat antara satu toko dengan toko yang lain. Dengan adanya persaingan bisnis yang ketat sekarang ini, maka setiap toko dituntut untuk mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan baik melalui produk yang di pasarkan atau pelayanan yang diberikan oleh sales penjualan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting dan sangat menentukan agar bisnis itu terus berjalan dan semakin maju dengan demikian toko harus bisa memberikan pelayanan dan kualitas barang yang baik tujuannya adalah untuk menjaga agar pelanggan tetap loyal terhadap toko. Oleh karena itu, toko harus bisa memberikan pelayanan dan kualitas produk yang dapat dipercaya oleh pelanggan.

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi kemajuan usaha sebuah toko karena mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap kinerja suatu toko dan oleh banyak pesaing dianggap sebagai keunggulan daya saing bagi toko lain yang berdampak pada kelangsungan dan keberhasilan toko tersebut. Berapa jumlah pelanggan yang setia menjadi acuan seberapa loyal pelanggan di toko tersebut. (Griffin, 2010) mendefinisikan loyalitas konsumen sebagai komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Namun sebelum pelanggan menjadi loyal terlebih dahulu mereka merasa puas terhadap barang yang dibeli. Kepuasan dapat dirasakan oleh pelanggan apabila pelanggan mendapatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang lebih baik dari apa yang mereka harapkan., serta harga yang sesuai. Ketika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang. Jika hal tersebut terjadi, maka dapat dikatakan bahwa pelanggan tersebut memiliki loyalitas terhadap produk dan pelayanan dalam bisnis tersebut. Pada akhirnya, hal ini diharapkan dapat menjadi pendorong utama bagi pencapaian

keuntungan toko itu sendiri, dimana ketika konsumen sudah loyal atau setia terhadap suatu produk tentunya akan mendorong penjualan produk secara terus menerus karena keuntungan terbesar diperoleh Toko dari pelanggan setia dimana toko dapat menjual barang kepada pelanggan yang telah mencoba dan mengenal barang yang bersangkutan, toko harus mampu mempertahankan pelanggan tersebut. Kepuasan konsumen akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah kebutuhan konsumen sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing berkelanjutan. Dari perspektif konsumen, banyak keluhan dan hak-hak konsumen diabaikan menyangkut harga yang terlalu tinggi, pelayanan yang lambat dan tidak ramah, rendahnya kualitas produk, kemudian akan timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk tersebut. Rasa suka terhadap produk dapat muncul apabila pelanggan merasa bahwa produk dan pelayanan yang mereka dapatkan dan mereka terima berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan pelanggan. Dengan begitu produk atau barang tersebut memiliki nilai yang tinggi di mata pelanggan. Namun kualitas produk dan kualitas pelayanan di toko ini diamati sebagai salah satu penyebab turunnya loyalitas pelanggan dikarenakan komentar konsumen mengenai produk dan respon pelayanan sales penjualan terhadap pelanggan, serta harga yang tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan, baik itu kualitas produk maupun kualitas pelayanannya.

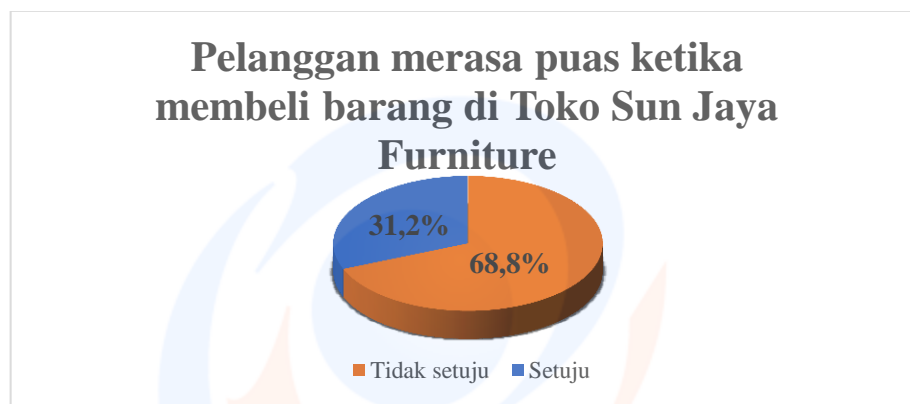
Namun, pada kenyataan di lapangan, peneliti menganggap pelanggan yang dulunya loyal setelah 5 tahun belakangan ini mengalami penurunan ditandai dengan menurunnya omset penjualan. Penurunan yang terjadi setiap tahun bisa dilihat secara terperinci pada tabel penjualan di toko Sun Jaya selama 5 tahun yang terdapat di lampiran. Padahal pada bisnis yang kita jalankan, kesetiaan pelanggan merupakan salah satu bukti bahwa bisnis tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan produk dan pelayanan yang baik pada setiap pelanggan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari data penjualan selama 5 tahun terakhir di toko Sun Jaya Furniture tahun 2015 s/d 2019 yaitu sebagai berikut:

Grafik 1.1



Sumber: Toko Sun Jaya Furniture, 2020

Dari data tersebut diketahui bahwa tingkat penjualan di toko ini berkurang dari tahun ke tahun, hal ini diduga diakibatkan karena pelanggan merasa tidak puas akan produk yang dibeli tidak tahan lama baru beberapa kali pakai sudah rusak, banyak furniture yang mudah soak seperti lemari partikel dan kasur. Selain itu pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh sales penjualan tidak ramah saat diminta keterangan akan produk jawabannya ketus, tidak memberikan respon yang baik atas masalah yang dihadapi pelanggan, begitu pula harganya yang mahal namun tidak sesuai kualitas yang diharapkan, sehingga banyak pelanggan merasa kecewa akan produk furniture yang dijual di toko ini. Dari hasil prasurvey menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan toko Sun Jaya Furniture dapat disimpulkan pada grafik berikut :



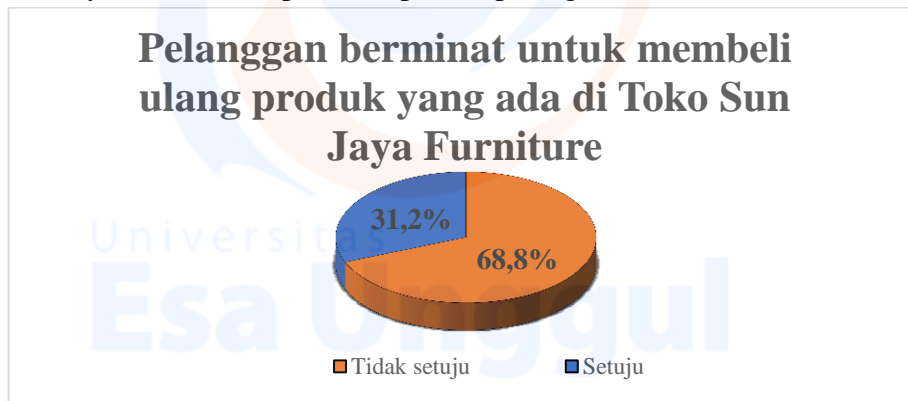
Sumber : Data diolah, 2020

Gambar 1.1 Pra Survey Kepuasan Pelanggan

Dari grafik tersebut dapat dilihat sebanyak 68,8% menyatakan merasa tidak puas terhadap kualitas produk maupun kualitas pelayanan dan harga yang terlalu mahal sementara 31,2% mengatakan sudah puas dengan kualitas produk, pelayanan, maupun harga yang ditawarkan. Dari hasil observasi yang dilakukan kepada pelanggan, 70% dari mereka yang merasa tidak puas menanggapi produk cepat rusak dan 30% mengatakan bahan yang digunakan tidak bagus/tidak tahan lama. Begitupun kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan sales penjualan 80% menganggap tidak ramah/respon tidak baik dan tidak cepat dalam menangani komplain dari pelanggan, 20% dari mereka mengatakan karyawan tidak mampu memahami dan menjelaskan suatu produk sehingga membuat konsumen kebingungan terhadap produk yang ingin dibeli. Harga yang ditawarkan 50% konsumen mengatakan cukup mahal dan 50% mengatakan harga tidak sesuai dengan kualitas produknya.

Dari ketidakpuasan pelanggan tersebut penulis mengamati bahwa pelanggan menjadi tidak loyal ditandai dengan berkurangnya kesetiaan pembeli untuk membeli ulang produk furniture tersebut. Sebagian besar pelanggan enggan untuk membeli kembali produk yang dijual di toko ini. Hasil evaluasi kepuasan

konsumen terhadap loyaltitas pelanggan yang telah dilakukan kepada pelanggan toko Sun Jaya Furniture dapat disimpulkan pada grafik berikut :

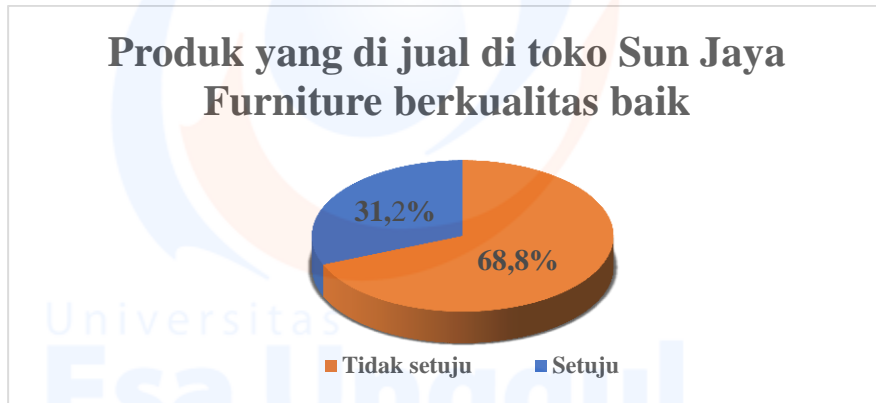


Sumber : Data diolah, 2020

Gambar 1.2 Pra Survey Loyalitas Pelanggan

Dari grafik tersebut dapat dilihat sebanyak 68,8% menyatakan tidak ingin melakukan pembelian ulang sementara 31,2% mengatakan ingin melakukan pembelian ulang. Dari hasil observasi yang dilakukan kepada pelanggan, 80% dari pelanggan menyatakan akan pergi ke toko lain untuk mendapatkan barang furniture yang lebih baik sesuai dengan yang diharapkan dan 20% mengatakan tidak mau mereferensikannya ke orang lain dikarenakan kualitasnya yang buruk dan harganya yang tidak sesuai dengan kualitas.

Dari ketidakloyalan pelanggan tersebut penulis mengamati beberapa faktor penyebab di antaranya ialah kualitas produk yang dijual di toko ini dimana produk tersebut tidak memiliki daya tahan yang lama ditandai dengan barang cepat rusak. Menurut Kotler dan Keller (2009:143), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen; baik yang tersurat maupun yang tersirat. Menurut Lupiyoadi (2008:175), kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Berdasarkan dua pengertian tersebut, maka kualitas produk dibutuhkan untuk setiap produk yang dihasilkan. Setiap produk harus mencantumkan spesifikasi, agar bisa diketahui dan dipahami oleh konsumen. Konsumen akan merasa puas, apabila hasil evaluasi terhadap produk sesuai dengan spesifikasi produk. Dengan demikian konsumen mengatakan, bahwa produk yang mereka gunakan adalah produk yang berkualitas. Namun pada kenyataannya, kualitas produk yang dijual tidak memenuhi ekspektasi konsumen. Hasil pengukuran kualitas produk melalui *prasurvey* di toko ini dapat dilihat pada grafik berikut ini :



Sumber : Data diolah, 2020

Gambar 1.3 Pra Survey Kualitas Produk

Dari grafik tersebut dapat dilihat sebanyak 68,8% menganggap bahwa kualitas produk tidak baik. Sebanyak 31,2% menganggap barang sudah baik dan memenuhi ekspektasi pelanggan. Berdasarkan hasil prasurvey, pelanggan yang menganggap kualitas produk tidak baik, 80% dari mereka menganggap produk tersebut cepat rusak dan tidak tahan lama belum lama dipakai sudah bubuk, 20% menganggap bahan dasar yang digunakan tidak memenuhi standar kualitas barang yang bagus.

Selain kualitas produk, terdapat faktor lain yang menyebabkan konsumen merasa tidak puas yaitu kualitas pelayanan yang diberikan baik oleh pelayan toko, dan secara instruktur maupun infrastruktur. Dalam hal ini peneliti menemukan adanya masalah pada kualitas pelayanan yaitu sales sebagai karyawan yang menawarkan produk di toko ini. Sales tidak memahami secara menyeluruh deskripsi produk yang dijual sehingga membuat konsumen merasa kebingungan seperti apa sebenarnya mutu dari produk yang dijual, terbuat dari apa saja bahan dasarnya, dsb. Hasil pengukuran kualitas pelayanan melalui *pra survey* di perusahaan ini dapat dilihat pada grafik berikut:



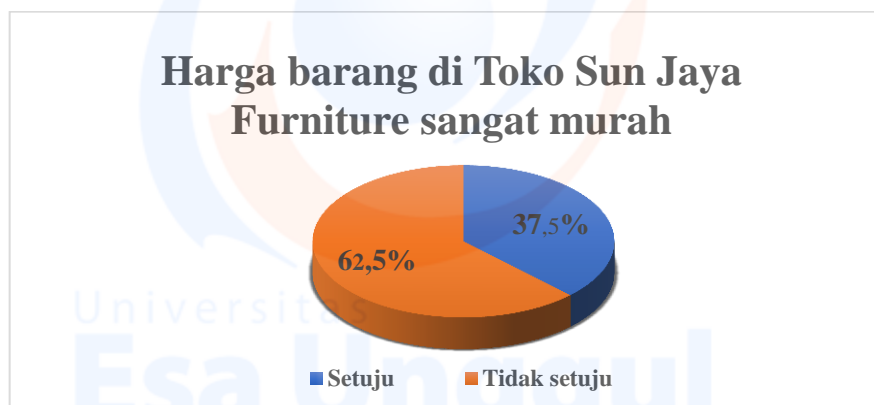
Sumber : Data diolah, 2020

Gambar 1.4 Pra Survey Kualitas Pelayanan

Dari grafik tersebut dapat dilihat sebanyak 68,8% menganggap bahwa kualitas pelayanan tidak baik. Sebanyak 31,2% menganggap pelayanan yang diberikan sudah baik. Berdasarkan hasil prasurvey, pelanggan yang menganggap kualitas pelayanan tidak memuaskan, 50% dari mereka menganggap karyawan dimana dalam hal ini sales yang menarkan produk tidak ramah/jutek 50% dari mereka menganggap karyawan tidak mampu memberikan respon penanganan yang cepat atas komplain/masalah yang dialami konsumen sehingga konsumen merasa tidak nyaman berbelanja furniture di toko ini.

Faktor lain yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen akibat harga. Kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberikan penilaian tentang kesesuaian manfaat produk. Penilaian harga suatu produk dilihat mahal atau tidak, untuk masing masing individu penilaian tidaklah sama karena bergantung pada persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan dan kondisi individu itu sendiri (Setyarko, 2016). Persepsi harga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada konsumen saat akan membeli suatu produk.

Namun pada kenyataannya, harga yang ditawarkan tidak memenuhi ekspektasi konsumen sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka terima. Hasil pengukuran persepsi harga melalui *prasurvey* di toko ini dapat dilihat pada grafik berikut ini :



Sumber : Data diolah, 2020

Gambar 1.5 Pra Survey Persepsi Harga

Dari grafik tersebut dapat dilihat sebanyak 62,5% menganggap bahwa harga barang mahal dan sebanyak 37,5% menganggap harga barang sangat murah. Berdasarkan hasil prasurvey, pelanggan yang menganggap harga produk termasuk mahal karena tidak sesuai dengan kualitas produknya yang buruk, cepat rusak dan tidak tahan lama.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai: **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Sun Jaya Furniture Cabang Balaraja, Tangerang.”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kualitas produk yang dijual di toko ini tidak baik sehingga mengakibatkan konsumen merasa kurang puas dengan produk yang digunakan.
2. Kualitas pelayanan yang diterapkan di toko ini tidak memuaskan sehingga mengakibatkan konsumen merasa tidak nyaman berbelanja.
3. Harga barang di toko ini mahal tidak sesuai dengan kualitas barang sehingga konsumen merasa kurang puas.
4. Kepuasan pelanggan di toko ini rendah sehingga menyebabkan loyalitas pelanggan menurun.

1.3 Batasan Masalah

Terkait dengan luasnya lingkup permasalahan dan waktu serta keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan, maka peneliti dibatasi pada variabel penelitian dan analisis pengujian tingkat pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dalam hal ini konsumen Toko Sun Jaya Furniture sebagai objek penelitian.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?
9. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?
10. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan.
8. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
9. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

10. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengusaha Toko Sun Jaya Furniture
Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengelola produk yang dijual guna meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen di toko ini.
2. Bagi Karyawan Toko Sun Jaya Furniture
Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan yang lebih banyak kepada karyawan saat bekerja di sebuah toko agar dapat melayani pelanggan lebih baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Bagi Pendidikan Akademis Universitas Esa Unggul
Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu yang terkait, dalam hal ini manajemen pemasaran dan dapat memberikan informasi serta bahan pembelajaran.