

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini kebutuhan manusia akan suatu produk semakin meningkat dari produk yang bersifat primer, sekunder, hingga tersier yang jauh dari kebutuhan sehari-hari. Pakaian adalah kebutuhan manusia yang harus dipenuhi setelah makan. Pada saat ini banyak sekali pengusaha yang bergerak dalam bidang bisnis pakaian dengan berbagai macam merek yang memberikan banyak pilihan model, motif, dan corak produk yang dapat digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya.

Banyak sekali perusahaan yang memenangkan persaingannya dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan agar tetap setia (resisten) terhadap produk perusahaan. Resistensi sikap konsumen ditunjukkan dengan loyalitas merek terhadap produk perusahaan. Kunci bagi resistensi konsumen adalah kepuasan konsumen (Kotler, 2004 :56). Jika kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek dalam hal ini produk Seize dan juga akan menimbulkan loyalitas yang berkelanjutan.

Dalam hal ini yang dapat membedakan secara langsung dari produk itu sendiri seperti kualitas produk, harga, bentuk, kemudahan pembelian, dan respon

karyawan. Karena konsumen dapat mengetahui dengan cepat produk yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya dan konsumen dapat membentuk pola pikir tentang produk tersebut sebagai produk yang baik untuk dipakai, termasuk berusaha menciptakan atau melakukan inovasi yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen, misalnya melalui citra merek produknya.

Dunia bisnis semakin mengglobal membuat perusahaan melakukan upaya untuk memperhatikan agar konsumen tidak berpindah ke perusahaan lain. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan agar konsumen tidak beralih pada perusahaan lain adalah berusaha menjaga kepuasan konsumen karena kepuasan konsumen akan menimbulkan loyalitas konsumen. Kepuasan dan loyalitas konsumen adalah hal yang utama pada era persaingan yang semakin ketat, dalam situasi persaingan yang demikian perusahaan mulai memberikan perhatian lebih terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, sehingga para pemasar saat ini tidak hanya berkonsentrasi menjaga hubungan baik dengan konsumennya. Tanpa adanya loyalitas konsumen suatu perusahaan tidak akan dapat bertahan dalam persaingan. Merekrut pelanggan baru akan lebih mahal bagi perusahaan, sehingga perusahaan lebih baik berusaha menjaga loyalitas konsumen.

Fenomena tersebut dapat dilihat dari kondisi persaingan saat ini yang terjadi pada produk pakaian. Keanekaragaman produk pakaian yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat menentukan suatu merek yang menurut mereka dapat memenuhi kriteria sebuah produk pakaian yang ideal.

Berdasarkan hal itulah persaingan industri semakin ketat karena semua produsen memberikan yang terbaik kepada konsumen. Konsumen melakukan pembelian secara selektif terhadap suatu produk dengan melihat pada kualitas produk dan harga, oleh karena itu pihak perusahaan harus bisa menyesuaikan produknya sesuai dengan keinginan konsumen

Persaingan antar industri ini juga terjadi pada produk *shopping goods* mengingat jenis produk ini juga mempunyai intensitas kebutuhan yang cukup tinggi. Jika kita amati persaingan bisnis antar industri pada saat ini dapat dilihat begitu banyaknya produk *shopping goods* yang terus bermunculan dan masing-masing menawarkan berbagai macam keunggulannya. Dengan demikian bukan hal yang tidak mungkin bahwa suatuseat nanti perkembangan industri pakaianakan menjadi salah satu persaingan terbesar dalam industri *shopping goods* dimasa yang akan datang. Pasar potensial inilah yang dicari oleh para pengusaha, baik pengusaha dalam negeri maupun pengusaha asing.

Seize merupakan perusahaan yang bergerak dibidang bisnis khususnya pakaian dengan kendali mutu dibawah lisensi SEIZE. Seize didirikan pada tanggal 29 Desember 2009 dengan Budaya Street yaitu Pertumbuhan industri kreatif yang berlaku di divisi pakaian itu mempengaruhi anak-anak muda, khususnya di Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan konsumennya perusahaan ini terus berusaha mengembangkan produk yang berkualitas sehingga produk yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen. Selain itu Seize terus berusaha meningkatkan kinerja yang baik dari para pegawainya dalam memberikan

pelayanan kepada para konsumen. Sebagai salah satu perusahaan bisnis pakaian yang telah tumbuh dan berkembang Seize menjadi pesaing utama dalam bisnis khususnya produk pakaian.

Berikut adalah data jumlah penjualan produk Seize :

Tabell.1: Data penjualan produk Seize

| NAMA BARANG | TAHUN | | |
|-------------|-------|------|------|
| | 2011 | 2012 | 2013 |
| Celana | 314 | 390 | 420 |
| Tas | 15 | 19 | 25 |
| T-shirt | 82 | 87 | 92 |
| Kemeja | 182 | 200 | 267 |

Sumber : Toko Seize jalan Komplek DKI Joglo N no. 4 Jakarta Barat.

Dari data diatas dapat diketahui bahwa penjualan produk Seize selalu mengalami peningkatan yang signifikan dapat dilihat dari tahun ke tahun penjualan produk Seize ini selalu meningkat pada tahun 2011 sampai 2013 rata – rata produk Seize mengalami peningkatan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa minat konsumen untuk membeli produk Seize selalu bertambah dan dalam hal ini dapat diketahui bahwa produk Seize ini dapat bersaing dari para kompetitornya.

Selain itu Seize juga memberikan layanan setelah pembelian yaitu berupa garansi apabila barang mengalami kerusakan maka barang tersebut dapat diganti

sehingga nantinya akan membuat para konsumen tersebut beranggapan bahwa mereka memang tidak salah dalam menentukan pilihan untuk membeli produk Seize. Dengan memberikan kualitas pelayanan seperti ini maka para pelanggan tidak akan beralih ke produk lain dan pelanggan tersebut akan menjadi loyal dengan produk Seize dan akan membeli produk Seize lagi secara berulang-ulang.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengadakan penelitian dengan judul **”PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK MEREK SEIZE ”**, penelitian ini dilakukan di outlet Seize yang berlokasi di Komplek DKI Joglo N no. 4 Jakarta Barat.

B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

- a. Banyaknya pesaing yang membuat produk pakaian yang sejenis.
- b. Para pesaing terus mencoba meningkatkan kualitas produknya.
- c. Kualitas produk dan harga menjadi alasan pelanggan dalam memilih pakaian.

2. Pembatasan Masalah

- a. Penelitian ini hanya membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk dengan merek Seize ditinjau dari produk, pelayanan, dan pembelian.

- b. Data responden diperoleh berdasarkan atas pelanggan yang membeli produk dengan merek Seize.
- c. Tempat yang dijadikan objek penelitian adalah outlet Seize Jakarta Barat.
- d. Periode penyebaran kuisisioner hanya 1 (satu) bulan dan disebarakan kepada pelanggan yang membeli produk dengan merek Seize.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kepuasan produk mempengaruhi loyalitas pelanggan produk merek Seize ?
2. Apakah kepuasan pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan produk merek Seize ?
3. Apakah kepuasan pembelian mempengaruhi loyalitas pelanggan produk merek Seize ?
4. Apakah kepuasan produk, pelayanan, dan pembelian mempengaruhi loyalitas pelanggan produk merek Seize ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kepuasan produk mempengaruhi loyalitas pelanggan produk merek Seize.
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan produk merek Seize.
3. Untuk mengetahui apakah kepuasan pembelian mempengaruhi loyalitas pelanggan produk merek Seize.
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan produk, pelayanan, dan pembelian mempengaruhi loyalitas pelanggan produk merek Seize.

E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1. Bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi yang mendukung upaya perbaikan dan aktivitas usaha yang dijalankan perusahaan.
2. Bagi penulis, diharapkan penulis memperoleh pengetahuan dan informasi yang berharga mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap produk pakaian merek Seize.
3. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang dapat dipakai sebagai sarana untuk menerapkan teori yang telah diperoleh lewat bangku kuliah yang nyata dan terjadi dilapangan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas isi penelitian proposal skripsi ini, selanjutnya penulis menguraikan secara sistematis di dalam tiga bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini pengertian dari produk, klasifikasi produk, atribut produk, kualitas produk, kepuasan konsumen, persepsi dan harapan, harga, kerangka berpikir, hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan definisi operasional variabel.

BAB IV KARAKTERISTIK RESPONDEN

Bab ini menjelaskan tentang karakteristik responden berdasarkan demografi, persepsi konsumen terhadap kualitas produk serta persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil uji validitas dan reliabilitas, faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen secara parsial dan simultan serta faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dan akan dikemukakan beberapa kesimpulan dari penelitian, kemudian berdasarkan kesimpulan tersebut akan dijadikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.