

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat, Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan serta permintaan pelanggan, Para konsumen akan selalu selektif dalam menentukan pilihan dalam membeli. Pengusaha dalam membangun usaha bisnis haruslah mempunyai kemampuan supaya dapat menghadapi tantangan dari lingkungan yang dinamis yang selalu berorientasi pada pelanggan. Pada umumnya sebuah usaha tentu akan mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun jika ingin memperoleh keuntungan yang besar sebuah usaha tentunya harus mampu menetapkan harga dan juga kualitas produk mereka.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang penting diperhatikan dalam bisnis. Loyalitas pelanggan merujuk pada kesetiaan dan keterikatan seorang pelanggan terhadap produk, merek, atau layanan tertentu. Tjiptono (2014:393) menunjukkan bahwa: “Kesetiaan pembeli adalah pengabdian seorang pelanggan terhadap suatu lambang, penyimpanan, atau penyedia, berdasarkan sepenuhnya pada pola pikir yang benar-benar bermutu dan direnungkan dalam pembelian berulang yang teratur”. Loyalitas ialah entitas yang muncul tanpa paksaan namun muncul dengan sendirinya. Menurut Kotler dan Keller (2016:153) bahwa loyalitas klien sebagai: "Dedikasi yang diutamakan guna membeli ulang atau mendaftar ulang dalam jasa

atau barang yang diperlukan dikemudian hari, terlepas dari dampak kontingen serta usaha yang memiliki kemampuan untuk mempertimbangkan perilaku beralih". Loyalitas pelanggan dapat timbul dari pengalaman positif, kepuasan, atau manfaat yang diperoleh dari interaksi sebelumnya dengan bisnis lainnya. Loyalitas pelanggan memiliki dampak positif dalam jangka panjang termasuk meningkatkan pendapatan. Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan meliputi harga, kualitas produk atau layanan, selain itu komunikasi yang efektif dan penghargaan terhadap pelanggan juga dapat memperkuat loyalitas. Dalam bisnis mempertahankan loyalitas pelanggan sangat penting, karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih efektif daripada mencari pelanggan baru.

Harga juga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga adalah nilai yang diperlukan untuk memperoleh atau membeli suatu barang. Produk yang terjangkau lebih banyak diminati oleh konsumen. Harga yang dipatok tentunya harus sesuai dengan kualitas dari produk yang diberikan. Konsumen akan lebih puas ketika harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang didapat dari produk. Dalam mematok harga, pebisnis harus memperhatikan harga yang diberikan oleh pesaing (Kotler & Armstrong, 2014). Harga juga merupakan hal yang sangat penting di dalam bisnis dengan harga suatu bisnis dapat menentukan atau memperoleh laba dari hasil penjualan. Harga biasanya dipengaruhi oleh aspek-aspek ekonomi seperti pertumbuhan ekonomi, dan preferensi pelanggan. Pemahaman tentang harga penting dalam ekonomi dan berpengaruh besar pada keputusan konsumen.

Kualitas produk merupakan variabel yang sangat berpengaruh dalam loyalitas pelanggan. (Kotler & Armstrong, 2014) barang bagus ialah personalitas

dari sebuah produk yang berpotensi memenuhi keinginan klien. Kotler & Keller, (2016) mengatakan jika barang yang menyenangkan ialah potensi sebuah produk guna menghasilkan efek serta hasil yang sama bahkan lebih dari keinginan pembeli. Suatu produk yang berkualitas dituntut bisa memenuhi keinginan, kebutuhan konsumen dan bisa memuaskan konsumen sehingga membuat konsumen berencana membeli kembali produk tersebut. Kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah. Kualitas produk memainkan peran kunci dalam memenuhi harapan pelanggan serta memastikan keandalan produk. Fokus pada kualitas juga membantu meningkatkan efisiensi produksi.

Hal diatas juga dilakukan oleh Pucuk Maju Mandiri yang beralamat di Desa Sudaji Kabupaten Buleleng. Pucuk Maju Mandiri merupakan usaha yang menjual buah durian. Usaha ini sudah berdiri dari tahun 2015. Penjualan durian yang dilakukan meliputi daerah yang ada di Kabupaten Buleleng serta juga melakukan pengiriman sampai ke luar kota seperti Jakarta. Pucuk Maju Mandiri ini sangat memperhatikan harga serta kualitas produk durian untuk menjaga loyalitas pelanggan mereka. Berikut ini merupakan data hasil penjualan Pucuk Maju Mandiri dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 seperti Tabel 1.1

Tabel 1. 1
Data Penjualan Pada Pucuk Maju Mandiri

Tahun	Penjualan
2019	Rp 500.000.000
2020	Rp 450.000.000
2021	Rp 380.000.000
2022	Rp 340.000.000

Sumber: Observasi, 2024.

Melihat data yang tertera pada tabel 1.1, penurunan jumlah penjualan pada Pucuk Maju Mandiri terjadi dari tahun 2019 hingga akhir tahun 2022. Penurunan penjualan tersebut diduga akibat menurunnya tingkat loyalitas pelanggan pada Pucuk maju Mandiri. Gede Mandiada selaku pemilik usaha ini memaparkan hal yang membuat menurunnya tingkat loyalitas pelanggan. Adapun hal yang memengaruhi menurunnya tingkat loyalitas pelanggan yaitu dari segi harga durian dan kualitas produk durian tidak memuaskan pelanggan yang ada. Tentunya hal ini akan memengaruhi loyalitas pelanggan durian. Permasalahan tersebut mewajibkan Pucuk Maju Mandiri melakukan perubahan strategi baik dari segi harga maupun kualitas produk durian mereka agar dapat menarik kembali pelanggan mereka. Berikut ini adalah harga durian per kg dari usaha pesaing seperti Tabel 1.2

Tabel 1.2
Data Harga Usaha Pesaing

Nama usaha	Harga per kg
Harum Durian	Rp 40.000
Agro Putra Durian	Rp 40.000
Tunjung Durian	Rp 38.000
Pucuk Maju Mandiri	Rp 36.000

Sumber: Observasi, 2024.

Melihat data pada Tabel 1.2, Pucuk Maju Mandiri memberikan harga paling murah diantara pesaingnya. Hal tersebut merupakan masalah yang harus dipecahkan oleh Pucuk Maju Mandiri mengingat harga yang diberikan paling rendah namun penjualannya mengalami penurunan.

Berdasarkan pembahasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pucuk Maju Mandiri“. Alasan peneliti menggunakan variabel tersebut yaitu jika suatu perusahaan ingin suatu produknya diminati oleh para konsumen perusahaan tersebut harus mampu menetapkan harga dan kualitas produk yang baik, sehingga mampu untuk mempertahankan konsumennya.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan observasi yang dilakukan sebelumnya dalam subjek penelitian terdapat beberapa permasalahan sebagai implikasi kondisi pucuk maju mandiri desa sudaji sekarang. Berikut permasalahan yang ditemukan peneliti di Pucuk Maju Mandiri Desa Sudaji:

- (1) Kondisi jumlah penjualan yang menurun secara signifikan dari tahun 2019 hingga akhir 2022.
- (2) Adanya komplain dari pelanggan dari segi harga dan kualitas produk yang kurang memuaskan.
- (3) Harga yang diberikan paling rendah dari harga pesaing namun penjualan mengalami penurunan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi di Pucuk Maju Mandiri Desa Sudaji untuk menghindari pembahasan terlalu luas maka peneliti hanya memfokuskan untuk membahas variabel harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada pucuk maju mandiri desa sudaji:

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dari penelitian ini adalah:

- (1) Bagaimana harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Pucuk Maju Mandiri Desa Sudaji.
- (2) Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Pucuk Maju Mandiri Desa Sudaji.
- (3) Bagaimana harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Pucuk Maju Mandiri Desa Sudaji

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji hal – hal sebagai berikut.

- (1) Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Pucuk Maju Mandiri Desa Sudaji
- (2) Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Pucuk Maju Mandiri Desa Sudaji.
- (3) Pengaruh harga dan kualitas produk pada Pucuk Maju Mandiri Desa Sudaji.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

(1) Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat penelitian bagi pengembangan ilmu pengetahuan sehingga manfaat ini dapat memberikan ilmu teori dalam penelitian. Dalam penelitian ini akan memberikan benefit tentang ilmu-ilmu serta teori yang digunakan oleh peneliti sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai teori-teori yang dipilih.

(2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan penelitian manfaat penelitian dilakukan dengan tujuan untuk memecahkan permasalahan yang ditemukan. Dalam penelitian ini peneliti akan memecahkan pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

