

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Perubahan zaman banyak memberikan perubahan dan memberikan imbas juga kepada mode berpakaian adat di Bali, terutama cara berpakaian anak muda yang mengikuti arus yang sedang tren saat ini. Karena, dalam berbusana adat untuk kepura di Bali zaman era modern ini bukan hanya untuk menutupi tubuh, akan tetapi sebagai sarana untuk berkomunikasi yang dapat memperlihatkan gaya hidup dan identitas pada pemakainya (Suasmini, 2017). Perubahan atau modifikasi dalam segi model busana tersebut sangat berubah dengan cepat, sehingga banyak membawa dampak positif untuk pelaku usaha yang ingin mencari keuntungan dari perubahan tersebut (Ayu dan Sulistyawati, 2018).

Busana adat Bali merupakan salah satu busana yang unik dan bervariasi. Busana adat biasanya digunakan pada upacara keagamaan atau hari raya besar agama Hindu. Busana adat tersebut dikenakan oleh laki-laki ataupun perempuan. Namun perkembangan zaman membawa pengaruh terhadap trend dalam berbusana adat Bali. Busana adat Bali di zaman sekarang mengalami perubahan atau modifikasi lebih ke era modern dan lebih mengikuti perkembangan zaman (Heriani, 2018).

Selain busana adat untuk perempuan, busana adat untuk laki-laki juga sedang mengalami perubahan dalam gaya berbusana dari segi model busananya dan motif. Dengan perkembangan tersebut, banyak pelaku usaha toko busana adat Bali yang menawarkan produknya sesuai dengan apa yang diminati oleh masyarakat. Dengan

menawarkan kualitas produk yang sesuai dengan apa yang diminati masyarakat akan dapat meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas. Salah satu pelaku usaha yang ikut bersaing dalam menawarkan busana adat bali yang mengikuti perkembangan saat ini adalah toko busana adat bali Yasa Indah Collection cabang Pekutatan.

Sehubungan dengan hal tersebut Yasa Indah Collection menawarkan berbagai jenis busana adat bali, baik untuk anak-anak, dewasa, maupun orang tua. Yasa Indah Collection memiliki banyak koleksi busana adat bali yang memfokuskan produk seperti, destar (udeng), baju safari, kamben, saputan dan juga aksesoris lainnya. Yasa Indah Collection memiliki cabang lainnya yang berada di daerah Pekutatan, Klungkung Gianyar dan Nusa Penida. Yasa Indah Collection merupakan salah satu toko busana adat bali yang menjual busana adat keputra khusus laki-laki. Yasa Indah Collection memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan sehingga pelanggan merasa puas dan pelanggan akan kembali menggunakan produk tersebut. Pada saat ini Yasa Indah Collection mengalami penurunan dalam penjualan produknya. Penjualannya mengalami penurunan dalam berbagai jenis/seri produknya yang menyebabkan loyalitas pelanggan menurun. Penurunan loyalitas pelanggan juga disebabkan karena adanya pesaing yang menawarkan produk serupa. Yasa Indah Collection pada bulan Maret sampai bulan Mei 2020 mengalami penurunan penjualan produknya. Dari total data penjualan produk pada bulan Maret sebanyak 62pcs, bulan April sebanyak 12pcs, dan bulan Mei sebanyak 9pcs (lampiran 01).

Loyalitas pelanggan memiliki peranan yang sangat penting dalam mencari nilai dari pelanggan untuk perusahaan, apabila produk dan jasa tersebut sesuai dengan apa yang telah diharapkan, maka konsumen akan merasa puas dan melakukan pembelian secara

terus-menerus, (Familiar dan Maftukhah 2015). Oleh karena itu pilihan pelanggan memilih toko busana adat yang memiliki kualitas produk yang baik sehingga terciptanya suatu loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan hasil evaluasi setelah pelanggan melakukan pembelian, (Hami et al 2017). Loyalitas pelanggan adalah sebuah komitmen pelanggan untuk bertahan dan berlangganan kembali untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dimasa yang akan mendatang (Maulana, dkk 2017).

Meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan melalui peningkatan kualitas produk dan nilai pelanggan. Loyalitas pelanggan terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan produknya atau tingkat layanan yang diterima dan berniat untuk terus melanjutkan komitmennya, (Rasyid 2017). Oleh karena itu, Yasa Indah Collection berusaha memberikan yang terbaik untuk pelanggannya, serta berusaha untuk mengembangkan penilaian yang positif agar menimbulkan dan terciptanya loyalitas pelanggan, karena hal tersebut merupakan kunci penggerak untuk hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan, (Ayu dan Sulistyawati, 2018). Dengan menciptakan adanya loyalitas pelanggan, pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja membicarakan produk tersebut dari mulut ke mulut akan tetapi menggunakan produk atau jasa tersebut selama bertahun-tahun.

Mendapatkan loyalitas dari pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk. Kualitas produk yang baik merupakan produk yang dapat diterima oleh pelanggan, dan pelanggan akan membelinya secara terus-menerus. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Kualitas produk adalah salah satu bentuk dengan nilai kepuasan pada

pelanggan, (Familiar dan Maftukhah, 2015). Semakin tinggi kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan, maka semakin meningkatnya loyalitas pelanggan untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut, (Damayanti dan Wahyono, 2015). Pelanggan akan merasa puas apabila hasil dari evaluasi mereka menunjukkan hasil produk yang berkualitas, (Damayanti dan Wahyono, 2015).

Meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan mencari nilai dari pelanggan. Pelanggan memberikan nilai untuk perusahaan apabila pelanggan sudah mendapatkan apa yang dicari oleh pelanggan. Nilai pelanggan merupakan ikatan yang terjalin antara pelanggan dan perusahaan setelah pelanggan menggunakan produk atau jasa tersebut dan memberikan nilai tambah bagi perusahaan, (Ayu dan Sulistyawati, 2018). Nilai pelanggan dihasilkan dan diciptakan oleh dua belah pihak yakni pelanggan dan perusahaan, perusahaan memberikan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Pelanggan yang merasakan nilai yang berbeda dalam kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan, maka pelanggan akan memberikan nilai kepada perusahaan (Julina, 2018). Pelanggan pada umumnya menginginkan produk atau jasa yang bisa diterima dengan baik dan dapat memuaskan.

Kualitas produk diartikan sebagai salah satu hal yang berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Henri (2015) mengemukakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Yuliani (2017) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Maftukhah (2015) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berbeda dengan hasil

penelitian Widyasari (2017) yang menyatakan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Susanto (2016) bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain dikemukakan Rimawan (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas produk dapat menciptakan suatu keunggulan agar dapat bersaing pada suatu badan usaha. Kualitas dapat dinyatakan sebagai sebuah harapan dan persepsi para konsumen yang sama baiknya dengan kinerja yang sesungguhnya. Produk yang baik dapat membangun minat pelanggan agar membeli produk yang ditawarkan. Kualitas produk yang baik dapat menambah nilai bagi perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gotzsch et al., (2007) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap nilai pelanggan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Syah (2013) memberikan hasil yang berbeda, yang dimana kualitas produk berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai pelanggan.

Nilai yang di persepsikan oleh pelanggan merupakan cara pemberian nilai yang tinggi untuk perusahaan yang dapat menciptakan persaingan. Penelitian sebelumnya Reza (2015) menunjukkan bahwa nilai berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian Alshibly (2015) menyatakan persepsi nilai pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif. Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Kusuma (2018) menyatakan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan Sasongko (2015) menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Sebagaimana diuraikan sebelumnya mode berbusana adat bali kepura selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu sehingga terjadinya persaingan yang menawarkan produk serupa. Untuk dapat menjadi yang terdepan Yasa Indah Collection meningkatkan kualitas produk yang unggul dan berbeda dari para pesaingnya agar dapat menciptakan loyalitas pada pelanggan dan pelanggan pun akan mempromosikan atau merekomendasikannya ke orang lain. Penelitian ini dilakukan di toko busana adat bali Yasa Indah Collection cabang Pekutatan karena Yasa Indah collection mengalami penurunan dalam penjualan produknya.

Merujuk pada penelitian Munisih (2015), Maulana (2017), dan Triono (2020). Penulis ingin menguji kembali hubungan ketiga variabel tersebut yang berkaitan terhadap kualitas produk, nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Yasa Indah Collection mengalami penurunan dalam penjualan busana adat bali pada bulan Maret sampai bulan Mei 2020
- (2) Terjadinya persaingan yang menawarkan produk serupa, sehingga Yasa Indah Collection meningkatkan kualitas produk yang terbaik agar menambah nilai dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
- (3) Loyalitas pelanggan di Yasa Indah Collection dijadikan tolak ukur keberhasilan dimana salah satu komitmen ini adalah bentuk kesetiaan pelanggan dalam menggunakan produk yang ada di Yasa Indah Bali Collection tanpa ada intervensi dari pesaing.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada Yasa Indah Collection, penelitian ini hanya memfokuskan pada permasalahan mengenai variabel kualitas produk dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- (1) Apakah pengaruh kualitas produk dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di toko busana adat bali Yasa Indah Collection cabang Pekutatan?
- (2) Apakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di toko busana adat bali Yasa Indah Collection cabang Pekutatan?
- (3) Apakah pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di toko busana adat bali Yasa Indah Collection cabang Pekutatan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh:

- (1) Kualitas produk dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di toko busana adat bali Yasa Indah Collection.
- (2) Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di toko busana adat bali Yasa Indah Collection.

(3) Nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di toko busana adat bali Yasa Indah Collection.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

(1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran yang terkait dengan kualitas produk, nilai pelanggan yang diterima dan loyalitas pelanggan.

(2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu toko busana adat bali Yasa Indah Collection cabang pekutatan dalam menentukan kebijakan melalui informasi yang didapat dalam penelitian ini, khususnya mengenai kualitas produk dan nilai pelanggan yang diterima dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

