# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Masa sekarang persaingan menjadi semakin tajam dan perkembangan disektor perdagangan juga meningkat baik dipasar domestik maupun internasional. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk selalu melakukan inovasi orientasi terhadap produk, pelayanan hingga kegunaan dari produk itu secara berkesinambungan agar mampu bersaing. Semakin berkembangnya dunia usaha suatu negara, menunjukkan kondisi perekonomian semakin baik dan dampak dari perkembangan ini membuat pasar menjadi semakin luas dan peluang dimana-mana. Oleh karena itu faktor harga, kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas menjadi faktor yang sangat penting dan sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan.

Tahu merupakan makanan khas penduduk Indonesia yang sangat popular di daerah manapun namun setiap daerah mempunyai ciri khas yang berbeda dan tahu juga merupakan bahan makanan yang tak terpisahkan dalam keseharian masyarakat , BPS mencatat ada sekitar 115 ribu unit usaha tahu  dan tempe di seluruh indonesia yang tersebar di Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, Lampung dan kota besar lainnya.

Menjamurnya usaha tahu inilah yang menuntut perusahaan untuk terus memperhatikan dan menjalin hubungan yang baik antara konsumen dan perusahaan (tahu) dalam aspek kepuasan pelanggan pada usaha tahu sehingga nantinya akan menciptakan konsumen yang loyal akibat dari penentuan harga dan kualitas yang diharapkan guna memenangkan persaingan.

Produk tahu sendiri sekarang bukan hanya sebatas untuk lauk saja melainkan dari produk tahu bisa dibuat berbagai macam makanan ringan misal kerupuk tahu, stik tahu bahkan sampai menjadi makanan khas suatu daerah, oleh karena itulah sangatlah penting untuk memperhatikan faktor faktor yang mempengaruhi atau meningkatkan loyalitas dari pada pelanggan guna mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan.

Pada suatu binis atau usaha loyalitas konsumen menjadi faktor yang paling penting dalam memenangkan persaingan dan meningkatkan keuntungan, sehingga perusahaan di tuntut untuk dapat mempertahankan keunggulannya agar tidak kehilangan pelanggan. Berbagai macam cara dapat dilakukan guna mempertahankan pelanggan, bisa dengan memperhatikan kualitas produk, pelayanan dan harga juga tidak terlalu tinggi.

Pelanggan merupakan suatu hal yang penting untuk selalu diperhatikan karena hal ini merupakan suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan (pelaku bisnis). Konsumen yang loyal merupakan mereka yang merasa puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk ikut dalam memperkenalkan kepada orang-orang terdekat mereka. Dengan artian loyalitas adalah sikap setia pengguna produk atau jasa setelah mengalami suatu pelayanan yang dinyatakan dalam perilaku menggunakan jasa tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka pangjang antara produk atau jasa dan pengguna. Kepuasan pelanggan harus dibarengi pula dengan loyalitas, (Tjiptono, 2010 : 88)

Pemasaran di era moderen saat ini tidak lagi hanya sekedar memasarkan produk yang berkualitas, menjual produk dengan harga yang murah dan menempatkan produk yang mudah dijangkau konsumen, tetapi poin penting yang harus dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah menarik pelanggan, mempertahankan pelanggan dengan menganalisis perilaku konsumen diawali sebelum pembelian, tahap pemakaian sampai pasca pembelian. Terlebih lagi produk yang dipasarkan adalah jenis produk makanan , maka sangat penting untuk benar-benar memperhatikan faktor harga, kualitas dan kepuasan konsumen.

Setiap konsumen memiliki perilaku pembelian yang berbeda-beda, karena konsumen berasal dari berbagai segmen yang tentu memiliki sikap dan pola pikir berbeda dalam menilai suatu objek. Perbedaan kebutuhan dan keinginan konsumen menimbulkan perilaku pembelian yang unik. Perusahaan yang ingin produknya dikenal dan menarik minat konsumen perlu mengetahui dan memahami perilaku konsumen terhadap produk yang nantinya akan ditawarkan. Aktivitas pemasaran memiliki tujuan untuk dapat mempengaruhi konsumen agar loyal membeli barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Tindakan konsumen merupakan bagian dari proses pembelian dimana tindakan konsumen tersebut akan menyebabkan suatu penilaian terhadap produk yang diterima oleh pasar. Bagi perusahaan pelanggan yang loyal merupakan asset yang sangat penting bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal dapat dijadikan sarana untuk pelanggan baru karena pelanggan yang merasa puas tentu

saja akan merekemondasi produk yang digunakannya kepada orang lain.

Selain Kualitas, harga juga mempunyai hubungan erat dengan kepuasan konsumen yang nantinya akan berdampak pada loyalitas konsumen, faktor ini akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen, akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka. Harga tahu memang tidak jauh berbeda namun hal inilah yang menjadi tolak ukur dari suatu industri tahu untuk menciptakan tahu dengan kualitas yang baik namun harga tetap sama sehingga secara tidak langsung akan berdampak pada kepuasan konsumen.

Menurut Kotler (2011 : 136) Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri sehingga dapat menciptakan loyalitas pada produk tertentu.

Menurut Mardikawati (2013) loyalitas sangat berkaitan erat dengan proses kepuasan dan pembelian kembali. Dengan artian apabila pelanggan merasa puas maka akan memberikan dasar hubungan jangka panjang terhadap perusahaan dengan melakukan pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan

Loyalitas pelanggan juga memegang peranan sangat penting dalam sebuah organisasi bisnis atau usaha yang dilakukan. Loyalitas meliputi komponen suatu sikap dan

komponen perilaku pelanggan. Komponen sikap pelanggan merupakan gagasan seperti ide atau niat kembali untuk membeli dan menggunakan produk atau layanan tambahan dari perusahaan yang sama dan kesediaan untuk merekomendasikan produk suatu perusahaan kepada orang lain, demontrasi, komitmen kepada sebuah produk dengan menunjukan perlawanan jika ada keinginan beralih kepesaing lain dan kesediaan untuk membayar dengan harga premium.

Menurut Kotler (2012:103) Loyalitas pelanggan mengekpresikan perilaku yang dimaksudkan berkaitan dengan produk atau jasa untuk perusahaan. Loyalitas pelanggan sebagai pola pikir pelanggan memegang sikap yang menguntungkan terhadap perusahaan berkomitmen untuk membeli dan menggunakan kembali produk atau jasa dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, (Saravanakumar, 2014).

Semua perusahaan maupun industri pasti mempunyai konsep factor penentu utama bagi keberlangsungan perusahaan adalah loyalitas pelanggan guna mengantisipasi tren penjulannya, begitu pula Pabrik Tahu Budi Sari Jaya merupakan industri yang bergerak dibidang pengolahan kedelai dengan produk utama tahu dan sudah memiliki pelanggan tetap ±105 pelanggan yang loyal pada produk Pabrik Tahu Budi Sari Jaya. Namun pada perjalanannya selalu mengalami masa tren yang bagus biasanya pada bulan-bulan tertentu pelanggan tahu Budi Sari Jaya kenaikan, misal bulan ramdhan dan menjelang tahun baru islam pelanggan tetap bisa diatas 115 pelanggan tetap sehingga kuantitas produksi menajdi meningkat dan pada saat bulan biasa pelanggan menjadi normal lagi.

Berdasarkan dengan latar belakang diatas peneliti mengajukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pabrik Tahu Budi Sari Jaya**"

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas peneliti merumuskan beberapa permasalahan yang akan menjadi pokok pembahasan dan analisis, yaitu :

1. Apakah Harga berpengaruh Signifikan dan Positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pabrik Tahu Budi Sari Jaya ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh Signifikan dan Positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pabrik Tahu Budi Sari Jaya ?
3. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh Signifikan dan Positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pabrik Tahu Budi Sari Jaya ?
4. Apakah Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen berpengaruh Signifikan dan Positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pabrik Tahu Budi Sari Jaya ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pabrik Tahu Budi Sari Jaya

2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pabrik Tahu Budi Sari Jaya
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pabrik Tahu Budi Sari Jaya
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pabrik Tahu Budi Sari Jaya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis
   a. Bagi Pabrik Tahu Budi Sari Jaya.
      Sebagai masukan dan dasar pertimbangan bagi Pimpinan pabrik dalam pengambilan keputusan terkait pentingnya faktor Harga, kualitas produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan guna meningkatkan dan keberlangsungan bisnissehingga tujuan perusahaan tercapai.sehingga (perusahaan) dapat bersaing melalui kajian dan analisis secara rasional sekaligus memberikan solusi bagi permasalahan yang di hadapi
   b. Bagi Universitas PGRI ADI BUANA SURABAYA
      Dengan kegiatan penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa ini diharapkan hasil penelitian dapat menjadi referensi (bahan bacaan) untuk peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan tentang sumberdaya manusia khususnya di bidang manajemen pemasaran, terutama dalam mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan Harga, Kualitas produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan.