

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kondisi perekonomian yang sekarang di Indonesia semakin maju, kebutuhan dan keinginan masyarakat mulai bertambah banyak, hal ini dapat menjadikan kompetisi antar para pengusaha dalam memasarkan produknya. Dalam menyikapi kondisi seperti ini para pengusaha harus mempunyai strategi yang dapat menciptakan loyalitas konsumen, dengan salah satunya meningkatkan pelayanan dalam usahanya, agar konsumen merasa puas dengan kualitas produk tersebut, sehingga akan menciptakan loyalitas konsumen (Soleh,2016). Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Amstrong,2015).

Berawal dari hal tersebut pengusaha akan menginginkan agar konsumen yang sudah datang merasa terpuaskan dengan kualitas pelayanan dan produk yang sudah di berikan. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan produk kemungkinan besar akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai pengalaman yang baik terhadap pelayanan produk tersebut. Sebaliknya apabila konsumen tidak merasa puas , kemungkinan besar konsumen akan berganti produk dan mengadakan keluhan kepada pemilik usaha dan konsumen lain. Sikap atau penilaian tersebut akan menjadi referensi bagi konsumen untuk

mengambil keputusan pembelian selanjutnya dan loyalitas konsumen(Soleh,2016).

Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pengusaha akan menjadi lebih berkompetisi dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor. Kualitas pelayanan dan harga menjadi poin utama dalam suatu usaha, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas konsumen. Selain itu kualitas dan harga merupakan jaminan terbaik atas loyalitas konsumen (Bulan,2016).

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, Kotler dan Armstrong (2015:253). Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Di dalam permasalahan kualitas produk di UD. Rizky Barokah dalam sektor kualitas produk yaitu, masih cukup banyak barang yang memiliki cacat produk tetapi masih dijual kepada konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Aditya Sulis Martopo (2015), yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, citra merek dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian pada produk jamu tolak angin PT. Sido Muncul”. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk sangat berpengaruh dominan terhadap daya keputusan pembelian konsumen.

Selain kualitas produk yang diberikan oleh pengusaha kepada para konsumen, harga juga mempunyai peluang

untuk mencapai kepuasan dan menciptakan loyalitas konsumen. Konsumen merasa penentuan harga yang sesuai dengan kualitas akan mempengaruhi rasa kepuasan (Wiyadi,2016). Harga merupakan bentuk biaya moneter yang di korbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Kodu,2013)

Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga dapat menimbulkan persepsi terhadap kualitas produk atau jasa yang diberikan, semakin tinggi harga yang dipatok oleh pengusaha semakin tinggi juga kualitas produk atau jasa yang akan didapatkan oleh para konsumen tersebut (Kotler,2015)

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Sunnyoto,2013)

Kepuasan konsumen juga merupakan sesuatu hal yang penting dalam membangun usaha dalam jangka panjang. Kepuasan konsumen dapat dapat dicapai dengan keberhasilan usaha dalam mewujudkan harapanharapan konsumen. Mewujudkan kepuasan konsumen juga dapat menghambat konsumen untuk berpindah ke para pengusaha lain. Dengan demikian konsumen akan loyal terhadap produk yang dihasilkan

oleh para pengusaha. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembelian dimana produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara prestasi atau hasil yang dirasakan (Soleh,2016).

Para pengusaha menempatkan loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan sebagai salah satu tujuan utama sebagaimana tingkat loyalitas pelanggan dianggap mampu mengindikasikan keuntungan pengusaha dalam jangka waktu yang panjang. Pengusaha saat ini tidak hanya berhadapan dengan kondisi persaingan tetapi juga berhadapan dengan konsumen yang keinginan dan kebutuhannya selalu berubah, sehingga setiap pengusaha sangat mengharapkan memiliki konsumen yang loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Roring,2014). loyalitas dapat didefinisikan sebagai sikap konsumen terhadap suatu produk / merek yang diwujudkan dengan membeli terus menerus produk yang sama sepanjang waktu yang merupakan hasil dari pembelajaran dimana produk dapat memuaskan kebutuhannya (Sinta,2009).

Berdasarkan hasil wawancara pada konsumen kedai kopi bahwa ada permasalahan yaitu banyaknya keluhan dari konsumen terhadap pelayanan yang kurang cepat dan kurang ramah. Beberapa produk di sana kurang diminati oleh konsumen dan kurangnya di varian menu pada produk dan jika di tingkatkan dari varian produk yang akan mempengaruhi loyalitas konsumen pada kedai kopi kopen sidoaro. Oleh sebab itu, berdasarkan uraian Latar Belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN**

# **KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI KEDAI KOPI KOPEN SIDOARJO”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang sudah di uraikan di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kopen Sidoarjo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kopen Sidoarjo?
3. Apakah kualitas harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kopen Sidoarjo?
4. Apakah kualitas kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kopen Sidoarjo?
5. Apakah kualitas pelayanan, produk, harga dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kopen Sidoarjo?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas di peroleh tujuan penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kopen Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kopen Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui kualitas harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kopen Sidoarjo
4. Untuk mengetahui kualitas kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kopen Sidoarjo
5. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, produk, harga dan kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Kopen Sidoarjo

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan di adakan penelitian ini peneliti memperoleh manfaat yaitu :

1. Secara Teoritis  
Penelitian ini bermanfaat bagi dunia usaha khususnya yang sehubungan dengan manajemen ekonomi pemasaran mengenai pentingnya pengaruh pelayanan produk, harga dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen.
2. Manfaat Praktis
  - a. Manfaat Bagi Peneliti  
Menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman tentang pengaruh kualitas

pelayanan produk, harga, dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen.

b. Manfaat Bagi Pengusaha

Penelitian ini dapat di gunakan oleh pengusaha untuk masukan mengenai usahanya terutama dalam faktor kualitas pelayanan, prodk, harga dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Di harap mampu di jadikan sumber informasi dan bahan referensi bagi piyhak-pihak yang membutuhkan kajian mengenai topic-topik yang dibahas dalam penelitian ini di masa yang akan datang.