BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri semen sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan pesat yang terjadi dalam industri pembuatan semen ini, adanya tanda dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama mulai bermunculan di Indonesia. Dengan berkembang pesatnya industri semen di Indonesia ini, tidak terlepas dari sistem manajemen perusahaan yang terus maju dan mendapatkan profit yang terdepan.

Salah satu perusahaan yang berkecimpung di industri ini adalah Perusahaan Semen Gresik. Perusahaan Semen Gresik sangat memperhatikan produknya, terutama terletak pada kualitas produknya. Karena kualitas produk yang di utamakan oleh Perusahaan Semen Gresik, hal itulah yang menyebabkan produk Semen Gresik lebih mahal dari merek smen lain. Kualitas produk yang baik merupakan bagian yang sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Dengan adanya kualitas produk yang baik, maka perusahaan akan sangat mudah menjangkau para konsumen yang diinginkan dan sesuai dengan target perusahaan. Untuk membuat konsumen agar selalu loyal kepada produk Semen Gresik, dibutuhkan kualitas produk yang bermutu dengan harga terjangkau dan kompetitif sehingga citra merek dari produk semen gresik tersebut akan selalu diingat oleh masyarakat.

Menurut Suryati (2015:93), loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya adalah harga, citra merek dan kualitas produk. Seseorang akan mencari bahan material dengan harga yang sangat terjangkau untuk memenuhi kebutuhan bahan bangunan. Oleh karena itu, para pelaku usaha material haruslah memberikan harga yang tepat dan bisa dijangkau oleh konsumen. Menurut Sunyoto (2017:131) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Penentuan sangat penting karena akan mempengaruhi usaha dalam jangka panjang.

Citra merek merupakan petunjuk yang digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi produk ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang suatu produk. Terdapat kecenderungan bahwa konsumen akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui beberapa sumber. Citra merek menurut Firmansyah (2019:60) adalah suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Konsumen memiliki beraneka ragam kebutuhan dan keinginan yang dapat dipenuhi dengan mennggunakan produk tertentu. Tetapi keterbatasan daya beli dan kesediaan untuk membeli, membuat semua kebutuhan dan keinginan tidak dapat direalisasikan. Oleh karena itu, kualitas produk sangat mempengaruhi konsumen untuk tetap setia atau loyal terhadap produk tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2016:156) kualitas produk adalah totalitas dari fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, ketika konsumen membeli suatu produk dan konsumen tersebut sangat puas dengan kualitasnya maka secara tidak langsung konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang. Pembelian ulang yang berkesinambungan akan menjadikan sikap loyalitas pada pelanggan.

Semen Gresik merupakan merek semen yang sudah mempunyai reputasi yang baik di mata konsumen. Salah satu usaha dagang yang menjual produk Semen Gresik di wilayah sekitar Wiyung adalah UD Bangunan Kita. Tempatnya yang sangat strategis membuat konsumen sangat mudah untuk menemukan UD Bangunan Kita, tepatnya di JL. Raya Menganti No. 168, Wiyung, Surabaya.

Tabel 1.1
Daftar Harga Semen

No	Nama Produk Semen	Kuantitas	Harga
1	Semen Gresik	40 kg	Rp 53.000,-
2	Semen Tiga Roda	40 kg	Rp 51.000,-
3	Semen Dynamik	40 kg	Rp 49.000,-
4	Semen Bosowa	40 kg	Rp 48.000,-

Sumber: UD Bangunan Kita Surabaya, 2021

Pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa harga Semen Gresik di UD Bangunan Kita sangat terjangkau, walaupun banyak sekali merek-merek semen yang baru muncul. Tetapi eksistensi merek Semen Gresik masih sangat melekat di benak para konsumen dan masih menjadi penjualan semen teratas di UD Bangunan Kita.

Dalam penjualan Semen Gresik di UD Bangunan Kita Surabaya mengalami penurunan. Berikut data penjualan Semen Gresik di UD Bangunan Kita selama 1 tahun terakhir (Januari-Desember 2020).

Tabel 1.2
Data Penjualan Semen Gresik

No	Bulan	Penjualan Semen Gresik
1	Januari	Rp 54.850.000,-
2	Februari	Rp 60.250.000,-
3	Maret	Rp 59.635.000,-
4	April	Rp 59.100.000,-
5	Mei	Rp 52.300.000,-
6	Juni	Rp 47.580.000,-
7	Juli	Rp 45.905.000,-
8	Agustus	Rp 44.650.000,-
9	September	Rp 43.550.000,-
10	Oktober	Rp 42.750.000,-
11	November	Rp 42.580.000,-
12	Desember	Rp 40.990.000,-

Sumber: UD Bangunan Kita Surabaya, 2020

Pada tabel 1.2 dapat diketahui bahwa jumlah penjualan Semen Gresik di UD Bangunan Kita terjadi penurunan penjualan disebabkan karena beberapa faktor.

UD Bangunan Kita juga menyediakan sistem pengiriman barang (*delivery system*) yaitu melalui telepon untuk mempermudah konsumen berbelanja bahan bangunan. Fasilitas tersebut merupakan jasa pendukung untuk meningkatkan daya tarik calon pembeli, serta berpengaruh sebagai peran penting terhadap UD. Bangunan Kita dengan tujuan dapat memuaskan konsumen. Pelayanan tersebut sangat memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian bahan bangunan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan UD Bangunan Kita Surabaya tentang loyalitas pelanggan untuk membeli produk Semen Gresik yang tetap eksistensi sampai saat ini, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus di UD Bangunan Kita Surabaya)"**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pembahasan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus di UD Bangunan Kita Surabaya)?

2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus di UD Bangunan Kita Surabaya)?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus di UD Bangunan Kita Surabaya)?
4. Apakah harga, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus di UD Bangunan Kita Surabaya)?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus di UD Bangunan Kita Surabaya).
2. Untuk mengetahui dan menganalinis citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus di UD Bangunan Kita Surabaya).
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus di UD Bangunan Kita Surabaya).
4. Untuk mengetahui dan menganalisis harga, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus di UD Bangunan Kita Surabaya).

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Tempat Penelitian

   Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi dan masukkan bagi perusahaan dalam

meningkatkan loyalitas pelanggan melalui harga, citra merek, serta kualitas produk.

2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
   Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi di perpustakaan serta menambah pengetahuan dan informasi bagi pembaca khususnya mahasiswa program studi manajemen dalam penelitian yang sejenis.
3. Bagi Masyarakat
   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan wawasan pengetahuan serta referensi untuk penelitian selanjutnya.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN