

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis saat ini dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini dibuktikan Badan Pusat Statistik kondisi menyatakan pada Data Sosial Ekonomi (2017:23) bisnis di Indonesia hasil pendaftaran (*Listing*) Sensus Ekonomi 2016 (SE2016) tercatat sebanyak 26,71 juta usaha atau perusahaan, meningkat 17,51 persen dibandingkan dengan hasil Sensus Ekonomi 2006 (SE06) yang berjumlah 22,73 juta usaha atau perusahaan (<https://www.bps.go.id>). Semakin meningkatnya perkembangan bisnis di Indonesia, perusahaan harus selalu siap siaga menghadapi efek dari perkembangan zaman, yakni kebutuhan dan keinginan setiap manusia yang semakin tahun semakin bertambah. Data Sosial Ekonomi (2017:19) menjelaskan Indeks Tendensi Konsumen (ITK) pada triwulan I-2017 sebesar 102, 27 yang dikemukakan menunjukkan kondisi ekonomi konsumen meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya. Membaiknya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan I-2017 terutama disebabkan oleh meningkatnya volume konsumsi dengan nilai indeks sebesar 107,75 (<https://www.bps.go.id>).

Meningkatnya konsumsi konsumen atau pelanggan perlu diperhatikan perusahaan untuk lebih berinovasi agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan kualitas produk atau jasa yang diciptakan untuk jangka waktu panjang, sehingga para pelanggan merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya. Keinginan pengusaha untuk berinovasi agar dapat menghasilkan laba membawa pengaruh kedalam dunia bisnis, yang menimbulkan banyak sekali perusahaan

dengan menjual berbagai macam ataupun perusahaan dengan menawarkan jasanya. Keberhasilan yang dicapai perusahaan sering kali dilakukan perusahaan untuk mengurangi kualitas produknya dan ketika pesaing mulai berdatangan volume penjualan tidak bertambah melainkan menurun dikarenakan kualitas yang semakin tahun bertambah rendah, sedangkan para pesaing terus bersaing memberikan kualitas yang lebih baik untuk memikat pelanggan. Jika perusahaan tidak terus memantau kualitas produk mereka dengan melihat perbandingan kualitas produk dari para pesaing, akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan dan tidak adanya loyalitas dari pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Penjagaan kualitas produk bisa dilakukan dengan hal perbaikan mutu atau mempertahankan mutu yang sudah disukai pelanggan, seperti yang kita ketahui beberapa perusahaan sekarang ini ketika ia sudah sukses dalam dunia bisnisnya seringkali mengurangi mutu dari kualitas produk mereka untuk menghemat produksi yang menimbulkan rasa kecewa, sehingga pelanggan akan merasa jenuh untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas produk dapat dilihat melalui harga, rasa, daya tahan, pelayanan, reputasi perusahaan, dan desain yang diberikan kepada produk untuk menarik minat beli pelanggan. Perusahaan yang memiliki kualitas produk sesuai dengan keinginan pelanggan ataupun perkembangan zaman saat ini dapat menciptakan rasa puas bagi pelanggannya.

Kepuasan pelanggan akan menimbulkan daya tarik pelanggan untuk membeli ulang suatu produk kembali karena pelanggan merasa bahwa kualitas produk yang

diberikan perusahaan sesuai dengan keinginannya. Seperti halnya pelayanan yang diberikan perusahaan. Hal ini merupakan salah satu penyebab timbulnya kepuasan dibenak hati pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan juga harus memantau keinginan pelanggan saat ini dan dimasa yang akan datang demi tercapainya kepuasan pelanggan, tidak hanya memberikan produk saja untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, perlu diperhatikan juga untuk mengetahui bagaimana perasaan pelanggan saat mengkonsumsi produk kita puas atau tidaknya pelanggan tersebut. Jika perusahaan terus berorientasi kepada pelanggan perusahaan akan selalu memantau terus perkembangan pelanggannya dan siap untuk membuat pelanggan merasa puas sebab perusahaan akan terus menciptakan kualitas produk yang diinginkan pelanggannya.

Perusahaan yang tidak memantau kepuasan atau keinginan pelanggannya, akan cepat tersingkirkan oleh pesaing-pesaingnya. Seperti yang dikemukakan Tjiptono, dkk (2008:38) kepuasan pelanggan dapat membantu perusahaan dalam memperkokoh posisi bersaing produknya melalui segmentasi. Adanya survei kepuasan pelanggan bisa membantu perusahaan untuk mengetahui apa kekurangan dan kelebihan dari produk yang dijualnya dan bagaimana perusahaan memperbaiki kekurangan terhadap kualitas produknya. Adanya rasa kepuasan yang didapat pelanggan akan menimbulkan loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan. Tjiptono, dkk (2008:76) mengemukakan Loyalitas kerap kali dikaitkan dengan perilaku pembelian ulang. Sedangkan Sumarwan (2014:390) menjelaskan pelanggan yang merasa puas terhadap produk atau merek yang dikonsumsi atau dipakai akan membeli ulang produk tersebut. Timbulnya loyalitas dalam benak pelanggan dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan

reputasi yang bagus. Pelanggan yang loyal akan membawa dampak yang baik, seperti pelanggan akan merekomendasikan atau mengajak keluarga atau teman untuk melakukan pembelian. Maka dari itu, loyalitas penting terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Agar pelanggan tetap memiliki loyalitas terhadap perusahaan perlu adanya hubungan baik dengan pelanggannya, supaya perusahaan mengetahui keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggannya. Jika tidak, pelanggan tidak akan loyal terhadap perusahaan.

Kemajuan perekonomian mendorong berkembangnya bisnis makanan atau kuliner. Seperti produk kue dan roti saat ini sangatlah bermacam-macam, tak heran jika kita selalu menjumpai toko kue dan roti disetiap pinggir jalan. Roti dan kue sendiri merupakan makanan yang sangat digemari manusia akan rasanya yang unik dan manis. Roti dan kue adalah sebuah makanan yang terbuat dari tepung terigu, air dan ragi. Cara pengolahan roti dan kue bisa dipanggang, digoreng, dan dikukus. Roti sudah menjadi makanan pokok di Indonesia sebagai pengganti nasi ataupun sebagai cemilan disaat sela-sela aktivitas. Makanan ini biasa dikonsumsi oleh orang-orang Indonesia untuk mengganjal perut ketika lapar karena roti sendiri bisa membuat perut menjadi kenyang. Kue, merupakan sebuah makanan yang memiliki rasa manis biasanya disajikan dalam ukuran kecil dan dengan bentuk yang bervariasi. Makanan ini biasanya disajikan pada suatu acara ataupun untuk hidangan penutup mulut.

Agar dapat menarik minat pembeli, banyak sekali perusahaan yang menawarkan jenis roti dengan khas negara lain dipadu dengan inovasi dari produsen untuk tetap menciptakan rasa khas dari tempat asal roti tersebut dijual. Ini merupakan cara unik untuk menarik minat beli pelanggan dengan menawarkan

rasa yang berbeda dari kalangan roti biasanya. Sebagai produsen perusahaan perlu berhati-hati pada lingkungan bisnis, karena lingkungan bisnis perlu dipahami untuk mengantisipasi adanya pesaing. Adanya perubahan lingkungan mengacu pada perubahan keinginan pelanggan sehingga mendatangkan pesaing baru dengan berbagai jenis produk yang berinovasi untuk menarik minat beli dan memenuhi keinginan pelanggan. Hal ini yang menyebabkan setiap perusahaan harus terus mengawasi lingkungan pasar sekitarnya, seperti bagaimana kondisi pasar sekarang dan bagaimana perusahaan bisa tetap unggul dalam pasar untuk tetap mengikuti perkembangan zaman, sehingga produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang unggul. Jika tidak, perusahaan bisa kalah saing dengan pesaingnya dikarenakan produk tidak memiliki kualitas yang lebih unggul dari pesaing.

Malang adalah suatu kota wisata yang selalu ramai pengunjung. Tidak hanya sebagai kota wisata, Malang merupakan kota pendidikan. Ini merupakan kesempatan bagi para pengusaha untuk berbisnis dikarenakan Malang sangat strategis untuk melakukan usaha dan banyak sekali pendatang dari luar kota. Strategisnya kota Malang untuk dijadikan lahan bisnis bisa dilihat disetiap tepi jalan raya, banyak sekali rumah makan atau cafe, toko kue dan roti yang berdiri. Setiap pengunjung yang melakukan wisata tidak luput dari buah tangan untuk diberikan kepada teman atau saudara seperti kue dan roti. Banyak sekali toko kue untuk dijadikan oleh-oleh di Malang salah satunya yaitu Citra Kendedes Cake & Bakery yang bisa dijadikan buah tangan untuk keluarga ataupun teman. Citra Kendedes Cake & Bakery adalah usaha yang bergerak di bidang pangan. Toko kue ini menjual berbagai macam kue, mulai kue modern hingga kue tradisional. Usaha ini berasal dari Malang yang merupakan usaha keluarga.

Dipilihnya Citra Kendedes Cake & Bakery merupakan perusahaan roti yang sudah cukup sukses di Kota Malang, bisa dilihat dari banyaknya *outlet* yang ada di Malang pada Tabel 1.1.. Meskipun banyak sekali pesaing Citra Kendedes Cake & Bakery ataupun pesaing baru, perusahaan masih tetap bertahan dalam persaingan bisnis yaitu semakin banyaknya outlet yang berdiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk Citra Kendedes Cake & Bakery, karena toko kue dan roti ini sangatlah mengutamakan mutu dan rasa. Harga yang diberikan Citra Kendedes Cake & Bakery ini juga cukup terjangkau. Bagi warga Malang, mereka tidak asing lagi dengan nama Citra Kendedes Cake & Bakery. Dewi (2011) menyatakan produk yang ditawarkan oleh Citra Kendedes Cake & Bakery ini dapat dikatakan memiliki varian item roti yang beraneka ragam dan rasa yang enak di lidah. Kelebihan toko roti ini bila dibandingkan dengan toko roti lainnya adalah harga yang relative murah.

Tabel 1.1. Alamat Toko atau Outlet Citra Kendedes & Bakery

| No | Alamat Toko atau Otlet | Telp. |
|----|--|---------------|
| 1 | Jl. Danau Toba B7 Sawojajar, Malang | 0341-713700 |
| 2 | Jl. Raya Sulfat No.74, Malang | 0341-476111 |
| 3 | Jl. Soekarno Hatta B3 No.7, Malang | 0341-471111 |
| 4 | Jl. MT Haryono No. 73, Malang | 0341-565245 |
| 5 | Jl. Sigura-gura No.2, Malang | 0341-555111 |
| 6 | Jl. A. Yani No. 9 (Kapanjen). | 0341-392111 |
| 7 | Jl. Kawi Atas No. 10, Malang | 0341-555897 |
| 8 | Jl. Diponegoro No. 65, Batu. | 0341-594272 |
| 9 | Jl. Kali Tengah Baru No.6 Pandaan | 0343-6741900 |
| 10 | Jl. Dr. Wahidin No.162 Pasuruan | 0343- 5610000 |
| 11 | Jl. Ki Ageng Gribig Kav.19-20 Sawojajar Malang | 0341-718111 |
| 12 | Araya Blok P6/61 Malang | 0341-485555 |

Sumber : Citra Kendedes Cake & Bakery, 2017.

Banyaknya pesaing sejenis, merupakan suatu tantangan bagi Citra Kendedes Cake & Bakery untuk terus bertahan dan meningkatkan kualitas produknya supaya produk yang ditawarkan berbeda dari pesaing. Apalagi saat ini banyak sekali pesaing dengan menawarkan berbagai macam kue dan roti dengan harga yang begitu terjangkau di Malang dan juga pesaing yang menjual produk kue dan roti melalui media sosial yang memudahkan pelanggan untuk tidak susah payah keluar rumah untuk membeli suatu produk. Harga dan rasa yang ditawarkan pesaing sendiri juga tidak kalah enaknyanya dengan Citra Kendedes Cake & Bakery. Hal ini bisa memicu tingkat penjualan tidak stabil. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk tetap mengutamakan kualitas produk yang dijual untuk tetap bisa memuaskan pelanggannya.

Agar tercapainya kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan terus tetap menjadi pelanggan setia yang nantinya akan menimbulkan loyalitasan dibenak pelanggan. Sebab itu, perlu adanya survei kepuasan pelanggan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti apa terhadap produk perusahaan, sehingga pelanggan tersebut akan menjadi loyal kepada perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat disimpulkan kualitas produk merupakan suatu ciri dari perusahaan yang mana pelanggan akan merasa puas saat melakukan pembelian maupun mngkonsumsi. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk yang ia beli pelanggan akan loyal dan akan melakukan pembelian ulang. Maka penelitian tentang **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei Pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi suatu rumusan masalah mengenai judul penelitian yang akan diteliti, yaitu :

1. Apakah variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) Citra Kendedes Cake & Bakery ?
2. Apakah variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Citra Kendedes Cake & Bakery ?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) Citra Kendedes Cake & Bakery ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery
2. Mengetahui dan menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery
3. Mengetahui dan menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery

D. Kontribusi Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan atau bahan referensi untuk melakukan penelitian ini, kemudian dapat dikembangkan secara luas manfaat dan

tujuannya diantaranya yaitu :

a. Kontribusi Akademis :

1. Bagi peneliti yaitu untuk melatih diri dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diajarkan di Universitas dan juga sebagai pengalaman.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya yang nantinya akan memudahkan peneliti lainnya untuk dijadikan bahan kajian.

b. Kontribusi Praktis :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan Citra Kandedes Cake & Bakery untuk lebih meningkatkan strategi perusahaan. Agar tetap bertahan menghadapi persaingan.

E. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini disajikan dalam 5 bab, masing-masing bab diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini terkait pemaparan pokok permasalahan yang berisikan berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka merupakan penjabaran dari teori-teori, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang mendukung untuk dijadikan landasan ilmiah yang berkaitan dengan

judul keseluruhan permasalahan penelitian yang terdiri dari komponen kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan terdiri dari jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, konsep, variabel, definisi operasional variabel, skala pengukuran, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data, uji instrument penelitian, dan teknik analisis data

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan gambaran umum tempat penelitian, gambaran umum responden, penyajian data yang meliputi pengumpulan data, analisa data dan interpretasi data.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kesimpulan merupakan bagian akhir dari skripsi sebagai penyimpulan penelitian dan saran-saran yang akan diberikan terhadap suatu objek yang diteliti.