

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Hal ini merupakan tantangan bagi bisnis apa pun dimana perlu menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang bahagia dan setia terhadap produknya. Fenomena persaingan bisnis produk yang semakin ketat menjadikan kompetitor akan berkompetisi dalam mengolah ide kreatifnya untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Dengan semakin banyaknya kompetitor yang masuk dalam persaingan, maka pengusaha semakin gencar dalam mempertahankan kedudukannya di pasar. Hal ini tentunya dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dan juga mempertahankan konsumennya. Semakin banyak kompetitor maka resiko kehilangan konsumen tentunya akan semakin besar.

Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis saat ini adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Sangat sulit bagi sebuah perusahaan ataupun bisnis untuk bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Berbagai riset menyimpulkan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih murah dibandingkan merebut pelanggan baru. Hal ini mendorong semakin banyaknya pemasar yang berusaha meningkatkan pemahaman atas perilaku konsumennya dalam rangka memuaskan mereka. Pada akhirnya, pemahaman tersebut dijadikan dasar dalam merancang strategi dan program pemasaran yang diharapkan dapat lebih efektifitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan spesifik pelanggan yang dituju. Kepuasan dan loyalitas konsumen terletak pada kualitas dan harga produk.

Dalam merebut konsumen diperlukan penetapan harga yang tepat serta manajemen yang baik sehingga mampu menghadapi setiap persaingan dalam dunia usaha. Jika harga lebih tinggi dari produk pesaing, tingkat permintaan mungkin menurun. Menurun tidaknya suatu permintaan akan produk berhubungan dengan kepuasan yang dirasakan konsumen sehingga menciptakan loyalitas konsumen (Zahara, 2020). Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian oleh perusahaan. Selain itu, untuk mendapatkan pelanggan yang setia terhadap produk yang kita buat, perusahaan


harus dapat mempertahankan kualitas yang dimilikinya agar pelanggan atau konsumen tidak beralih ke produk yang lain dengan memperhatikan konsep bauran pemasaran yang terdiri dari 4P, yakni Produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) (Darmawan & Wayan, 2017). Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai pelanggan. Kualitas merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan konsumen karena keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Selain itu, kepuasan pelanggan menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan yang akan berdampak pada tingkat penjualan. Ketika konsumen merasa puas maka kemungkinannya pelanggan akan bertahan dengan produk yang dipasarkan dan akan menciptakan loyalitas konsumen. Ketika konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang diperoleh oleh konsumen maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian ulang yang menimbulkan loyalitas konsumen (Thungasal & Siagian, 2019).

Perkembangan usaha penyediaan buket merupakan sebuah lapangan usaha baru yang menjanjikan pada saat ini. Trend pemberian buah tangan seperti buket bunga dan buket snack dapat menjadi salah satu bentuk usaha bagi kalangan kawula muda. Hal ini berdampak pada semakin banyak usaha usaha yang bermunculan dan menciptakan persaingan. Oleh karena itu, demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu UMKM maupun perusahaan harus dengan tetap menjaga kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan sehingga hal tersebut dapat membuat loyalitas pelanggan meningkat.

Begitu pula dengan usaha Florist Mokka.id Di Kotagajah, Florist Mokka.id Di Kotagajah merupakan usaha buket yang bergerak dibidang kreatif, dirintis sejak tahun 2018 hingga saat ini. Usaha buket "Florist Mokka.id Di Kotagajah" merupakan usaha rumahan yang bertempat di Jalan Tanggul, Dusun III Purworejo, Kecamatan Kotagajah, Kabupaten Lampung Tengah. Sampai saat ini "Mokka.id" memproduksi berbagai macam produk buket mulai dari buket snack, buket bunga segar, buket bunga artificial, buket uang dan lain sebagainya tergantung permintaan konsumen. Usaha Florist Mokka.id Di Kotagajah ini juga mengalami persaingan bisnis yang cukup ketat. Terdapat 5 toko penjual aneka macam buket yang sama seperti Florist Mokka.Id, hal ini pastinya menyebabkan persaingan dalam penjualan bunga semakin ketat. Faktanya, dengan semakin

banyaknya pelaku usaha dibidang buket bunga mengakibatkan persaingan antar pelaku usaha yang tinggi sehingga berdampak pada penurunan jumlah konsumen yang loyal pada toko karangan bunga atau buket bunga tertentu. Salah satunya adalah toko Florist Mokka.Id di Kota Gajah.

Tabel 1.
Perbandingan Harga Buket Bunga di Kota Gajah

No.	Nama Toko	Harga	Contoh Produk
1.	Florist Mokka.Id	Rp. 115.000	
2.	Charin By Flowers	Rp. 100.000	
3.	Muna's Craft	Rp.88.000	
4.	Happiness Flower	Rp. 95.000	
5.	We Floristin	Rp.85.000	

Sumber: katalog instagram toko bunga Kotagajah, 2022.

Berdasarkan tabel 1. Terbukti bahwa Florist Mokka.Id memiliki banyak pesaing yang sejenis dilihat dari persaingan harga yang ketat dengan selisih harga yang tidak banyak dengan kualitas produk yang diberikan pada setiap toko berdeba-beda. Akibatnya banyak konsumen yang ingin mencoba membeli buket bunga ditempat lain yang berada di Kota Gajah membuat jumlah konsumen yang

loyal mengalami penurunan dan tidak puas dengan produk tersebut. Sehingga dapat menyebabkan konsumen mulai beralih kepada toko buket bunga yang lain, karena pada dasarnya konsumen akan mencari produk yang memiliki harga yang lebih murah namun kualitas produknya sama baiknya dan menyebabkan penurunan jumlah penjualan produk.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Florist Mokka.Id Di Kotagajah)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis diatas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing pada produk sejenis.
2. Harga yang diberikan Florist Mokka.Id cenderung mahal dibandingkan florist lain.
3. Kualitas produk Florist Mokka.Id yang belum optimal.
4. Konsumen yang kurang puas dengan produk Florist Mokka.Id.
5. Loyalitas pelanggan Florist Mokka.Id yang menurun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh langsung kualitas produk (ξ_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) Florist Mokka.Id Kota Gajah?
2. Apakah ada pengaruh langsung harga (ξ_2) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) Florist Mokka.Id Kota Gajah?
3. Apakah ada pengaruh langsung kualitas produk (ξ_1) terhadap kepuasan pelanggan (η_1) Florist Mokka.Id Kota Gajah?
4. Apakah ada pengaruh langsung harga (ξ_2) terhadap kepuasan pelanggan (η_1) Florist Mokka.Id Kota Gajah?
5. Apakah ada pengaruh langsung kepuasan pelanggan (η_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) Florist Mokka.Id Kota Gajah?

6. Apakah ada pengaruh tidak langsung kualitas produk (ξ_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) melalui kepuasan pelanggan (η_1) Florist Mokka.Id Kota Gajah?
7. Apakah ada pengaruh tidak langsung harga (ξ_2) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) melalui kepuasan pelanggan (η_1) Florist Mokka.Id Kota Gajah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan rumusan masalah diatas maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung kualitas produk (ξ_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) Florist Mokka.Id Kota Gajah.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung harga (ξ_2) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) Florist Mokka.Id Kota Gajah.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung kualitas produk (ξ_1) terhadap kepuasan pelanggan (η_1) Florist Mokka.Id Kota Gajah.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung harga (ξ_2) terhadap kepuasan pelanggan (η_1) Florist Mokka.Id Kota Gajah.
5. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung kepuasan pelanggan (η_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) Florist Mokka.Id Kota Gajah.
6. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh tidak langsung kualitas produk (ξ_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) melalui kepuasan pelanggan (η_1) Florist Mokka.Id Kota Gajah.
7. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh tidak langsung harga (ξ_2) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) melalui kepuasan pelanggan (η_1) Florist Mokka.Id Kota Gajah.

E. Kegunaan Penelitian

Setelah selesainya penelitian ini, penulis berharap penelitian dapat berguna bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi tempat penelitian

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan referensi mengenai hal-hal apa saja yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan guna meningkatkan penjualan dalam persaingan di era globalisasi ini. Sehingga pendapatan usaha Florist Mokka.id di Kota Gajah dapat meningkat.

2. Bagi peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama di bangku kuliah. Serta dapat menyelesaikan masalah sesuai dengan judul penelitian ini.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau masukan bagi para akademisi yang akan meneliti variable yang sama, juga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dengan hasil penelitian lainnya.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini yaitu hanya mencakup pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Florist Mokka.Id Di Kota Gajah)”.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran dalam pembahasan, maka sistematika penulisan disusun dengan tahapan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah. Identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini dijelaskan tentang kajian literature, penelitian relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, definisi operasional variable, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang gambaran umum dan objek penelitian dan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini dijelaskan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN-LAMPIRAN