

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat dan kuat baik dalam perusahaan industri, manufaktur maupun perusahaan jasa. Menghadapi hal ini maka setiap perusahaan harus terus menerus meningkatkan kualitas produk atau jasanya. Satu syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan inovasi produk dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produknya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh produk atau jasa yang ditawarkan bisa mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen atau konsumen.

Berdasarkan pernyataan tersebut di atas ada beberapa faktor yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen, seperti pelayanan yang diberikan perusahaan kepada mereka. Bila konsumen menjadi puas cenderung hal itu membuat mereka menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan tersebut. PT. Mabrar Feed Indonesia berharap agar konsumen dapat terpenuhi harapannya sehingga mereka kelak menjadi konsumen yang loyal dan setia. Namun karena adanya beberapa pilihan, hal ini menyebabkan banyaknya pilihan bagi konsumen untuk menggunakan produk PT. Mabrar Feed Indonesia dengan membandingkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen, yang mana hal ini

merupakan hal yang paling sensitif yang dapat mengubah pertimbangan konsumen menjadi konsumen yang loyal.

**Tabel 1.1 Data Penjualan dan Jumlah Konsumen PT. Mabrar Feed Indonesia**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan</b>	<b>Konsumen</b>
<b>2017</b>	1357 Ton	108 Konsumen
<b>2018</b>	1360 Ton	111 Konsumen
<b>2019</b>	1345 Ton	100 Konsumen
<b>2020</b>	1300 Ton	96 Konsumen

Sumber : PT. Mabrar Feed Indonesia

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa terjadi penurunan penjualan pada tahun 2019 sebesar 1345 ton dengan jumlah konsumen sebesar 100 konsumen dan tahun 2020 sebesar 1300 ton dengan jumlah konsumen sebesar 96 konsumen. Penurunan penjualan dan konsumen ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan kepuasan dan loyalitas konsumen. Berdasarkan pra survei penurunan kepuasan dan loyalitas konsumen disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan dan kualitas produk. Masalah kualitas pelayanan yaitu konsumen mengeluh karena keterlambatan pengiriman barang dari PT. Mabrar Feed Indonesia dan Manfaat yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan. Masalah kualitas produk yaitu kurangnya daya tahan produk dari PT. Mabrar Feed Indonesia dan Keandalan produk belum dapat bersaing dengan pesaing yang sejenis.

Berdasarkan hal-hal dan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada PT. Mabrar Feed Indonesia”**.

## **1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka identifikasi masalah adalah:

1. Terjadi penurunan penjualan pada tahun 2019 sebesar 1345 ton dengan jumlah konsumen sebesar 100 konsumen dan tahun 2020 sebesar 1300 ton dengan jumlah konsumen sebesar 96 konsumen
2. Konsumen mengeluh karena keterlambatan pengiriman barang dari PT. Mabar Feed Indonesia.
3. Manfaat yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan.
4. Kurangnya daya tahan produk dari PT. Mabar Feed Indonesia.
5. Keandalan produk belum dapat bersaing dengan pesaing yang sejenis.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka batasan masalah hanya pada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating pada PT. Mabar Feed Indonesia.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di PT. Mabar Feed Indonesia?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di PT. Mabar Feed Indonesia?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan melalui kepuasan konsumen di PT. Mabar Feed Indonesia?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan melalui kepuasan konsumen di PT. Mabar Feed Indonesia?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk membuktikan secara empiris apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di PT. Mabar Feed Indonesia.
2. Untuk membuktikan secara empiris apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di PT. Mabar Feed Indonesia.
3. Untuk membuktikan secara empiris apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan melalui kepuasan konsumen di PT. Mabar Feed Indonesia.
4. Untuk membuktikan secara empiris apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan melalui kepuasan konsumen di PT.

Mabar Feed Indonesia.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Ada tiga pihak yang bisa mendapatkan manfaat penelitian ini :

### **1. Bagi Peneliti**

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap

loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating.

### **2. Bagi Perusahaan**

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk memperhatikan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating.

### **3. Bagi Peneliti Lainnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian-penelitian sejenis.