

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di era kompetisi bisnis yang sangat ketat ini. Pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, banyak perusahaan sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas konsumen akan memperoleh kesuksesan jangka panjang.

PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang vulkanisir ban. Pada perusahaan ini mengalami penurunan loyalitas pelanggan yang ditandai dengan penurunan jumlah pelanggan selama tahun 2021.

Tabel I.1

Jumlah Pelanggan PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan

Bulan	Jumlah Pelanggan
Januari	319
Februari	317
Maret	324
April	296
Mei	301
Juni	294
Juli	293
Agustus	271
September	268
Oktober	253
November	248
Desember	236

Sumber : PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan, 2022

Tabel I.1 menunjukkan jumlah pelanggan yang mengalami penurunan dalam melakukan transaksi orderan kepada perusahaan PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan. Hal ini mencerminkan rendahnya loyalitas pelanggan.

Penetapan harga selalu merupakan masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini tidaklah merupakan kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha. Seperti telah diutarakan di atas, dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkannya. Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini, yang terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas.

Harga ban vulkanisir yang mengalami peningkatan dan kurang dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya yang menawarkan harga yang lebih rendah dengan kualitas produk yang seimbang. Kemudian strategi pembayaran yang mengalami perubahan dari waktu

pembayaran yang semakin singkat yakni 10 hari setelah tanda terima di terima oleh pihak pelanggan.

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar.

Kualitas produk ban vulkanisir yang kurang konsisten sehingga memicu keluhan pelanggan baik untuk ban maupun *cushion gum*, *gum cord*, *camelback compound*, *sidewall veneer* dan *customized compound* mengalami penurunan. Beberapa fenomena keluhan yang berkaitan dengan kualitas produk adalah ban yang tidak elastis, ketika penggunaan yang tidak nyaman, tidak balans dan berbunti ketika kecepatan tinggi. Hal ini memicu kekecewaan pelanggan yang berimbang pada tingginya keluhan pelanggan kepada perusahaan.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut.

Kepuasan pelanggan mengalami penurunan yang ditandai dengan pelanggan yang sedikit melakukan orderan maupun berhenti, Banyaknya hal pemicu ketidakpuasan pelanggan adalah berkaitan dengan distribusi produk yang tidak tepat waktu, sistem pelayanan yang cukup lambat sehingga banyak pelanggan yang sangat kecewa, dan sebagainya. Ketidakpuasan ini menimbulkan pelanggan yang tidak memiliki komitmen yang tinggi yang kemudian berdampak pada rendahnya loyalitas pelanggan pada perusahaan.

Dari permasalahan diatas peneliti merasa perlu melakukan dengan judul : **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Harga produk ban vulkanisir yang mengalami peningkatan.
2. Kualitas produk yang mengalami penurunan.
3. Kepuasan pelanggan yang mengalami penurunan sehingga memicu kekecewaan pelanggan.
4. Penurunan loyalitas pelanggan yang ditandai dengan penurunan jumlah pelanggan perusahaan.

I.3 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan?
3. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan?

4. Bagaimana pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan?

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi manajer dan pemilik untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan memperhatikan Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian dan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan Loyalitas Pelanggan

I.6 Tinjauan Pustaka

1.6.1 Harga

Menurut Malau (2017:126), harga adalah pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan).

Menurut Hasan (2018:72) Indikator harga dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Harga pokok dan diskon
2. Syarat pembayaran
3. Persyaratan kredit

1.6.2 Kualitas Produk

Menurut Rachman (2020 : 147), mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2017:188), tujuh dimensi dasar kualitas adalah:

1. Kinerja.
2. Reliabilitas, konsistensi kinerja barang, jasa dan toko.
3. Daya tahan, rentang kehidupan produk dan kekuatan umum.
4. Kesadaran akan merek, dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak

yang mengenal merek atau nama toko atas evaluasi konsumen.

1.6.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Sudaryono (2018:85), kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suta alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Tjiptono (2018:106-107), mengemukakan ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Sistem keluhan dan saran
2. *Ghost shopping*,
3. *Lost customer analysis*,
4. Survei kepuasan pelanggan

1.6.4 Loyalitas Pelanggan

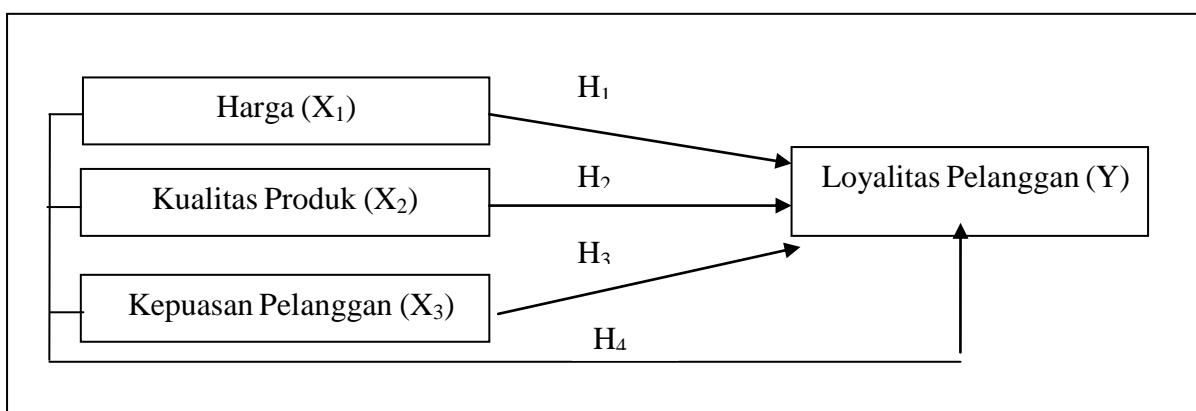
Menurut Adam (2018:52) loyalitas pelanggan lebih mengarah kepada perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang di dasarkan pada unit pengembalian keputusan.

Menurut Yuniarti (2015:240) dalam mengukur kesetiaan, diperlukan beberapa atribut berikut :

1. Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain.
2. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran.
3. Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama dalam melakukan pembelian jasa.
4. Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan beberapa tahun mendatang.

I.10 Kerangka Konseptual

Berikut ini adalah gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat



Gambar I.1. Kerangka Konseptual

I.8 Hipotesis Penelitian

Menurut Wardani (2020:16), “Hipotesis adalah jawaban sementara yang digunakan peneliti yang tingkat kebenarannya diperlu diuji terlebih dahulu.” Berdasarkan permasalahan di atas, maka sebagai jawaban sementara peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

- H₁ : Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan
- H₂ : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan
- H₃ : Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan
- H₄ : Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Putra Sejahtera Mandiri Vulkanisir Medan