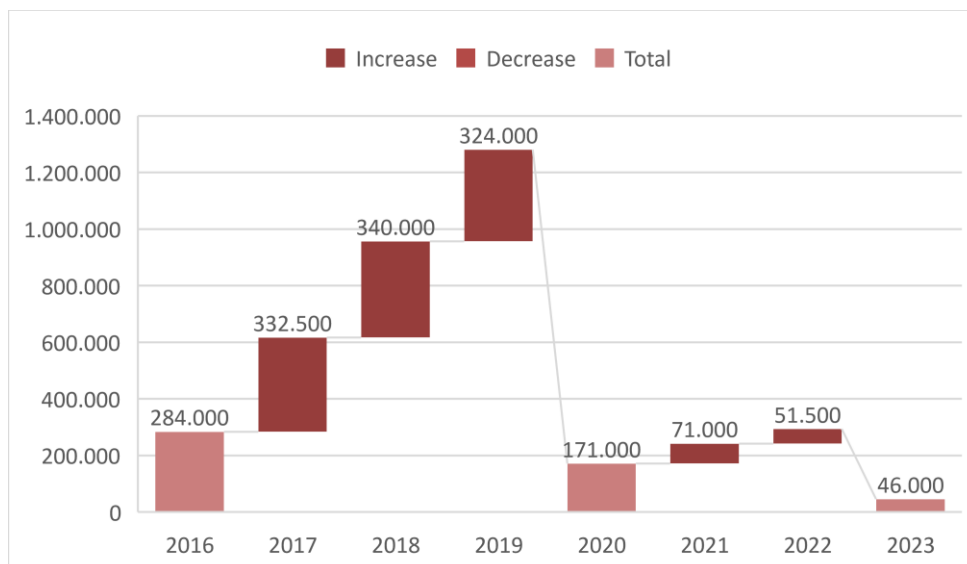


## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Tingkat kinerja komersial saat ini, baik secara global maupun domestik, dipengaruhi oleh globalisasi. Konsumen menjadi lebih selektif saat melakukan pembelian untuk kebutuhan primer maupun sekunder sebagai akibat dari globalisasi. Dalam beberapa situasi, efek globalisasi menghasilkan tambahan barang di pasar, tetapi juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Lawe Sikap merupakan bentuk perusahaan yang bergerak dalam bidang industri, khususnya dalam bidang penjualan air minum dalam kemasan (AMDK). Pabrik Lawe Sikap didirikan oleh bapak Sulaiman pada tahun 2012 di desa Batu Mbulan Asli, Kec. Babussalam Kab. Aceh Tenggara. Berikut adalah volume penjualan AMDK merek Lawe Sikap yang diproduksi selama 8 tahun terakhir pada 2016-2023.



**Gambar 1.1**

### **Volume Penjualan AMDK Merek Lawe Sikap**

Dari gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa produk AMDK merek Lawe Sikap mengalami kenaikan yang cukup pesat pada tahun 2016 hingga 2019. Sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan yang jauh di bawah tahun sebelumnya dengan dampak COVID-19. Sedangkan pada tahun 2021 volume penjualan perlahan naik kembali hingga tahun 2021. Dan pada akhir tahun 2021 hingga awal 2023 pabrik berhenti produksi sehingga di pertengahan 2023 kembali produksi dan saat ini AMDK Lawe Sikap bangkit kembali dengan jumlah kompetitor yang lebih banyak dengan harga yang lebih rendah.

dibandingkan produk lokal AMDK Khutung Khampak, Lawe q dan Lawe Murni.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Pada Produk AMDK merek Lawe Sikap Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan urutan pada latar belakang masalah maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Rendahnya kualitas produk dilihat dari kemasan produk yang cenderung lebih mudah rusak serta pipet yang digunakan berwarna pudar
2. Rendahnya citra merek di lihat dari lawe sikap tidak memiliki peringkat pada top brand award yang dikarenakan lawe sikap hanya produk lokal.

3. Rendahnya loyalitas pelanggan dilihat dari pelanggan yang tidak loyal pada lawe sikap sehingga memilih produk ADMK lainnya.
4. Tingginya harga lawe sikap membuat lawe sikap tidak mampu bersaing dengan produk ADMK lokal lainnya.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Ada banyak permasalahan yang menyebabkan kurangnya loyalitas pelanggan terhadap produk lawe sikap di antaranya kualitas produk, citra merek, serta harga sehingga tidak jarang pelanggan menawar dengan harga yang rendah. Pada penelitian ini peneliti tidak membahas semua jenis produk yang tersedia pada lawe sikap dan peneliti membatasi permasalahan produk lawe sikap pada ukuran 220ml.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah, identifikasi masalah, serta pembatasan masalah maka yang terjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap harga pada produk AMDK merek Lawe Sikap?
2. Apakah citra merek berpengaruh dan signifikan terhadap harga pada produk AMDK merek Lawe Sikap?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk AMDK merek Lawe Sikap?
4. Apakah citra merek berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk AMDK merek Lawe Sikap?
5. Apakah harga berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk AMDK merek Lawe Sikap?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui harga sebagai variabel intervening pada produk AMDK merek Lawe Sikap?
7. Apakah citra merek berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui harga sebagai variabel intervening pada produk AMDK merek Lawe Sikap?