

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar Belakang**

PT Fatona Jaya Sukses merupakan sebuah perusahaan manufaktur sepatu dan sandal. Berdasarkan survey awal bahwa pada PT Fatona Jaya Sukses mengalami penurunan tingkat kesetiaan pelanggan atau loyalitas pelanggan yang dicerminkan dari menurunnya jumlah pelanggan sepatu. Penurunan jumlah pelanggan ini juga mengakibatkan penurunan penjualan sepatu dan sandal PT Fatona Jaya Sukses.

**Tabel I.1.**  
**Jumlah Pelanggan PT Fatona Jaya Sukses**  
**Tahun 2020**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pelanggan Berhenti</b>	<b>Keterangan</b>
Januari	18	1. Fluktuasi harga 2. Adanya kenaikan harga 3. Sering kosong barang untuk beberapa item 4. Kurang mengikuti perkembangan pasar 5. Pelayanan belum tepat waktu
Februari	17	
Maret	16	
April	15	
Mei	14	
Juni	9	
Juli	8	
Agustus	11	
September	13	
Oktober	14	
November	7	
Desember	13	

Sumber : PT Fatona Jaya Sukses, 2020

Dari tabel ini menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pelanggan yang menurun. Penurunan jumlah pelanggan terjadi pada bulan Juli 2019 sebanyak 8 pelanggan yang disebabkan adanya fluktuasi harga sepatu dan sandal dan banyak pelanggan yang merasakan kekecewaan.

Kualitas produk sepatu dan sandal yang diproduksi dan di distribusikan mengalami penurunan. Hal ini diakibatkan karena ingin bersaing dengan perusahaan sandal lainnya sehingga memproduksi dengan penyesuaian harga yang murah dan terjadi penurunan kualitas produk. Banyak lem sepatu dan sandal yang terbuka sehingga tingkat retur meningkat. Dimana pada bulan Agustus 2019 adalah tingkat retur yang tertinggi sebanyak 26 dus sepatu dan 18 dus sandal. Selain itu juga pesaing produk yang ditawarkan masih belum mengikuti perkembangan pasar sehingga menyebabkan banyak pelanggan PT Fatona Jaya Sukses yang melakukan transaksi dengan perusahaan sejenis lainnya.

Saluran distribusi sepatu dan sandal PT Fatona Jaya Sukses kepada pelanggan masih mengecewakan. Ketidakefektifan saluran distribusi menyebabkan tingkat keluhan kepada perusahaan PT Fatona Jaya Sukses semakin tinggi. Hal ini memicu banyak pelanggan kecewa. Keluhan tertinggi terjadi pada bulan Januari 2019 sebanyak 14 keluhan kepada

perusahaan. Banyaknya keluhan ini berupa ketidaktepatan pengiriman pesanan pelanggan, ketidaksamaan pesanan pelanggan sehingga pelanggan harus melakukan retur.

Kepuasan pelanggan PT Fatona Jaya Sukses juga mengalami penurunan yang ditandai dengan banyak pelanggan yang melakukan keluhan ketidakpuasan melewati staf marketing ataupun *customer service*. Keluhan kekecewaan pelanggan terbanyak terjadi pada bulan Maret 2019 sebanyak 14 keluhan. Beberapa keluhan berkaitan dengan pelayanan yang belum memuaskan, harga produk sandal maupun sepatu, staf marketing yang kurang aktif dan cepat dalam menangani masalah pelanggan yang berkaitan dengan produk sandal dan sepatu PT Fatona Jaya Sukses. Hal ini menyebabkan banyak pelanggan yang tidak loyal kepada perusahaan PT Fatona Jaya Sukses.

Dari permasalahan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi : **“Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini identifikasi masalah adalah :

1. Kualitas produk yang mengalami penurunan terlihat dari meningkatnya tingkat retur produk sepatu dan sandal.
2. Saluran distribusi yang belum efektif dan memuaskan yang terlihat dari keluhan dari pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan yang menurun terlihat dari banyak pelanggan melakukan keluhan kepada perusahaan.
4. Loyalitas pelanggan yang mengalami penurunan terlihat dari penurunan jumlah pelanggan.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses?
2. Bagaimana pengaruh Saluran Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses?
3. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses?

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Saluran Ditribusi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Saluran Ditribusi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti  
Bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya  
Bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.
3. Bagi PT Fatona Jaya Sukses  
Sebagai dasar memperbaiki dan sebagai informasi PT Fatona Jaya Sukses.
4. Bagi Universitas Prima Indonesia  
Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan sebagai literatur mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.

#### **I.6 Teori Tentang Kualitas Produk**

##### **I.6.1 Pengertian Kualitas Produk**

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:188), kualitas produk (*Product Quality*) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Isu utama dalam penilaian kinerja produk adalah dimensi apa yang digunakan konsumen untuk mnegevaluasinya.

Menurut Assauri (2014:211), kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.

## **I.6.2 Indikator Kualitas Produk**

Menurut Sunyoto (2013:123), terdapat tiga ukuran kualitas yang dapat digunakan untuk barang yaitu :

1. Kualitas desain (*design quality*).
2. Kualitas penampilan (*performance quality*).
3. Kualitas yang memenuhi (*conformance quality*).

## **I.7 Teori Tentang Saluran Distribusi**

### **I.7.1 Pengertian Saluran Distribusi**

Menurut Sangadji dan Sopiah (2016:20), “saluran distribusi merupakan jalur yang dilalui arus barang dari produsen ke konsumen akhir baik melalui perantara yang panjang maupun yang pendek.”

Menurut Firmansyah (2018:220), saluran distribusi adalah strategi yang berkaitan dengan jumlah perantara yang ada pada suatu wilayah.

### **I.7.2 Indikator Saluran Distribusi**

Menurut Hasan (2013:578), konsep strategis yang mneyngkut saluran distribusi pemasaran adalah :

1. *Physical distribution*
2. Karakteristik
3. *Channel management*
4. *Channel relation*

## **I.8 Teori Tentang Kepuasan Pelanggan**

### **I.8.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013: 180) kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Menurut Tjiptono (2015: 24), kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

### **I.8.2 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Priansa (2017:207-208), kepuasan konsumen dapat diukur dari perspektif manufaktur maupun produk yang dihasilkan baik berupa barang maupun jasa.

1. Keandalan (*reliability*)

## I.9 Teori Tentang Loyalitas Pelanggan

### I.9.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Menurut Yuniarti (2018:241), Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu perusahaan.

Menurut Adam (2015:52), Loyalitas lebih mengarah kepada perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

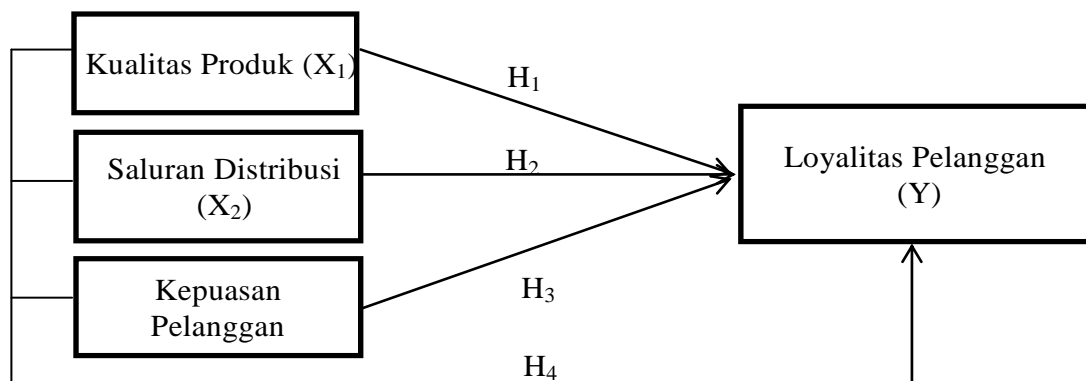
### I.9.2 Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut Adam (2015:52), adapun karakteristik pembeli yang loyal antara lain:

1. Melakukan pembelian berulang-ulang.
2. Hanya membeli produk dari perusahaan tersebut.
3. Menolak produk lain.
4. Menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk sejenis dari perusahaan pesaing.
5. Melakukan penciptaan prospek.

## I.10 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual teoritis yang akan diterapkan dalam penelitian ini:



**Gambar I.1 Kerangka Pemikiran**

## I.11 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses
- H<sub>2</sub>: Saluran Ditribusi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses
- H<sub>3</sub>: Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses
- H<sub>4</sub>: Kualitas Produk, Saluran Ditribusi dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses