BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Loyalitas pelanggan merupakan perilaku pembelian yang hanya melibatkan pembelian berulang terhadap merek tertentu yang sama (merek yang tersedia, merek termurah, dan sebagainya). Dalam dunia bisnis saat ini, persaingan semakin ketat, sehingga setiap perusahaan akan berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan menunjukkan keunggulan produknya kepada konsumen untuk terus meningkatkan jumlah penjualan. Loyalitas pelanggan tercipta dari berbagai faktor yang melekat pada produk yang di konsumsi.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Keberhasilan suatu usaha diidentikan dengan tercapainya tujuan usaha tersebut. Setiap pelaku usaha ditiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kepuasan kepada pelanggan hanya dapat diperoleh jika perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Jika harapan pelanggan sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakannya, bahkan mungkin apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Persepsi tentang kualitas produk juga diduga akan mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap produk.

Kualitas produk menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan loyalitas pelanggan. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, tuntutan terhadap kualitas suatu produk sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan jika tidak menginginkan pelanggan yang telah dimilikinya beralih kepada perusahaan

pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik. Kualitas produk yang dikelola dengan baik diharapkan menjadi pilihan utama pelanggan untuk dikonsumsi dan pelanggan semakin percaya terhadap perusahaan untuk dapat memuaskan kebutuhannya. Dalam kondisi persaingan saat ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya.

Selain kualitas produk yang harus dipertahankan, faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama dengan pembeli. Harga juga merupakan salah satu faktor yang penting sebagai bahan pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk, kebanyakan konsumen lebih memilih produk yang harganya relatif murah. Banyak konsumen yang mempertimbangkan harga suatu produk pada suatu perusahaan dengan produk perusahaan lainnya, oleh sebab itu harga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Jodough ex Donat93 merupakan objek yang digunakan dalam penelitian ini. Jodough ex Donat93 awal mula berdiri dengan nama "Donat93" kemudian berganti nama menjadi Jodough ex Donat93. Jodough ex Donat93 merupakan sebuah toko artisan donat yang berdiri sejak pertengahan Oktober 2020. Sesuai dengan tagline nya "Bukan Sekedar Donat" Jodough ex Donat93 membuat produknya secara artistik dengan tampilan yang unik dan menarik sebagai ciri khas produknya tanpa menghilangkan cita rasa serta bentuk donat itu sendiri. Jodough ex Donat93 sangat menjaga kualitas produknya dengan menggunakan bahan baku yang memiliki kualitas tinggi sehingga menghasilkan produk yang memuaskan serta memiliki nilai artistik didalamnya.

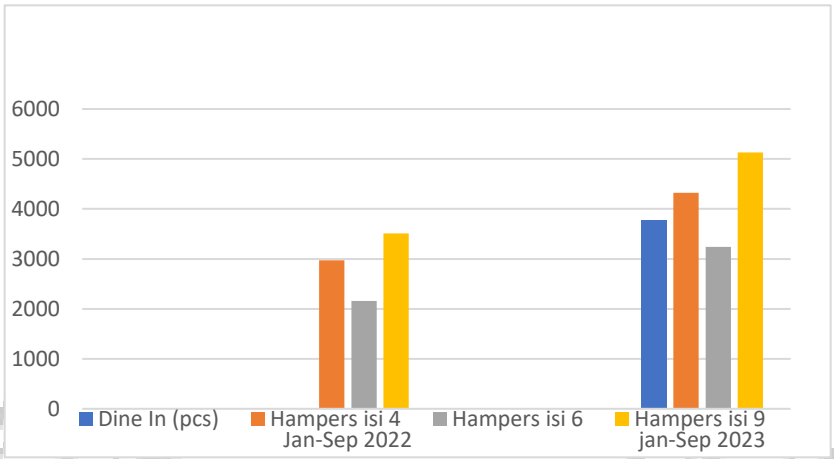
Produk Jodough ex Donat93 ditujukan sebagai hadiah maupun tanda perayaan terhadap momen tertentu, hal ini didukung dengan wawancara bersama owner Jodough ex Donat93, Jonathan Agadya Fatsih bahwa Jodough ex Donat93 sedari awal ditargetkan *as a gift* secara eksklusif, penentuan harga dari Jodough ex Donat93 masuk kedalam sektor menengah keatas, karena produknya sendiri dikhususkan sebagai hadiah atau buah tangan yang dimana harus terlihat menarik dan artistik.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan, pada Jodough ex Donat93 dilihat dari variable seperti kualitas produk dan harga yang ada pada Jodough ex Donat93 disesuaikan dengan fenomena yang terjadi pelanggan lebih memilih Jodough ex Donat93 terlihat dari harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas maka akan melakukan pembelian berulang terhadap produk yang sama. Didukung dengan google review yang ada, kebanyakan pelanggan memberi rating bintang 4. Peneliti mengutip beberapa ulasan, contohnya yang diberikan oleh *account* Firly Firly menyematkan ulasan "*Enak donatnya, lembut dan variatif rasanya. Terutama yang rasa Jocowi, donat dengan eskrim juga coconut jelly paduan yang sempurna dan belum ada di tempat lain*", adapun ulasan dari Bian Hendra Febrian yang memberikan rating bintang 3 menyematkan ulasan "*empuk donatnya, rasanya ya begitulah donat*" (google review/diakses September, 2023).

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti melakukan observasi terhadap 35 responden pelanggan Jodough ex Donat93 dan mendapatkan hasil 28 responden menyatakan bahwa mereka melakukan pembelian terhadap produk Jodough ex Donat93, karena menurut pendapat mereka, harga produk yang di tawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Bentuk dari donat yang sangat artistik dan unik serta rasa yang bervariatif membuat para pelanggan Jodough ex Donat93 sangat menyukai produk tersebut. Selain itu, tekstur dari donat tersebut lembut didalam

dan garing diluar menjadi alasan pelanggan akan melakukan pembelian kembali. Hal ini didukung oleh penelitian Ratnasari & Mastuti, (2011) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang dimana ekspetasi pelanggan terhadap kualitas produk terpenuhi sehingga pelanggan merasa puas. Hal ini didukung juga oleh penelitian yang dilakukan Kristiana & Mandala, (2019) dan Nuryanti dkk., (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas oleh kepuasan konsumen. Kemudian beberapa responden lain ada yang menyatakan bahwa produk yang dijual biasa saja dan tidak ada yang spesial selain bentuk yang berbeda dari donat kebanyakan. Adapun 3 responden menyatakan bahwa mereka tidak tertarik untuk melakukan pembelian berulang terhadap produk. Ketika konsumen memilih suatu produk, maka konsumen akan sangat memperhatikan kualitasnya serta harga yang ditawarkan, sehingga semakin terpenuhinya keinginan untuk mendapatkan produk dengan kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau, maka tingkat loyalitas konsumen yang sudah menjadi pelanggan juga semakin tinggi. Hal ini didukung pada penelitian yang dilakukan oleh Hery & Rusdi, (2021) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini didukung juga pada penelitian yang dilakukan oleh Lestari, dkk., (2022) yang menunjukan hasil bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan *gap research* tersebut, maka peneliti menyadari bahwa terjadi inkonsistensi pada hasil penelitian, sehingga peneliti menawarkan adanya variabel lain yang berperan memediasi hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Peneliti menawarkan variabel kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Hal ini berdasarkan penelitian dari Jati Prabowo & Sitio, (2020) menunjukkan hasil bahwa kepuasaan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.



Gambar 1.1 Data Penjualan Jodough ex Donat93 2022-2023

Berdasarkan gambar 1.1 penjualan produk pada Jodough ex Donat93 mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Berdasarkan data penjualan periode Januari - September 2022, Hampers isi 4 terjual sebanyak 2.970 paket, Hampers isi 6 terjual sebanyak 2.160 paket, Hampers isi 9 terjual 3.510 paket. Sedangkan pada periode Januari - September 2023, Hampers isi 4 terjual sebanyak 4.320 paket, Hampers isi 6 terjual sebanyak 3.240 paket, Hampers isi 9 terjual sebanyak 5.130 paket, dan ada penambahan penjualan dari *Dine in* sebanyak 3.780 (pcs). Peningkatan penjualan ini didukung dengan pembukaan store kedua Jodough ex Donat93 yang berada di jalan Kawi serta kontrol kualitas produk yang baik dan juga promosi di berbagai sosial media.

Kota Malang merupakan salah satu kota yang diminati sebagai pilihan melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Jawa Timur. Fenomena ini ditunjukkan dengan banyaknya *Artisan Bakery* di berbagai daerah di kota malang dengan berbagai fasilitas di dalamnya. Jodough ex Donat93 sendiri memiliki 2 toko yang terletak di jalan Tawangmangu Ruko kavling 1, kecamatan Lowokwaru sebagai toko pertama dan toko kedua berada di jalan Kawi atas No.28, kecamatan Klojen. Dengan menjamurnya bisnis *Artisan Bakery* di Kota Malang, Jodough ex Donat93 menawarkan produk donat dengan tampilan yang sangat artistik sebagai identitasnya dan juga kualitas produk yang sangat tinggi sehingga banyak para pelanggan khususnya mahasiswa yang

sedang merayakan momen spesial dengan melakukan pembelian terhadap produk Jodough ex Donat93 yang dimana produknya sendiri sangat cocok sebagai buah tangan dalam acara seperti ulang tahun, wisuda maupun momen spesial lainnya. Jodough ex Donat93 seringkali memberikan potongan harga pada *event* tertentu kepada produknya, namun dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Hal ini dapat meningkatkan penjualan produk dan dapat menarik minat pelanggan untuk membeli produknya, sehingga dengan promosi yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan banyaknya persaingan pada bisnis *Artisan Bakery* (roti yang dibuat secara terbatas) di kota Malang membuat Jodough ex Donat93 harus mempertahankan kualitas produknya agar konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka waktu yang lama. Berdasarkan fenomena dan bukti hasil penelitian terdahulu yang sudah dijabarkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jodough ex Donat93)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka diidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kualitas produk, harga, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan pada Jodough ex Donat93?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Jodough ex Donat93?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Jodough ex Donat93?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Jodough ex Donat93?

5. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Jodough ex Donat93?
6. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Jodough ex Donat93?
7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk Jodough ex Donat93 terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga Jodough ex Donat93 terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka peneliti menarik tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
7. Untuk menganalisis dan menguji kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
8. Untuk menganalisis dan menguji kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak yang membutuhkan seperti:

a. Manfaat praktis

Peneliti berharap dapat menjadi acuan bagi pemilik dan pengelola produk Jodough ex Donat93 untuk menentukan strategi yang tepat tentang efektifitas penggunaan kualitas produk dan penentuan harga yang tepat guna menarik loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

b. Manfaat teoritis

Peneliti berharap dapat dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya untuk memperluas pengetahuan pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.