

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di tengah persaingan global dan perubahan dinamika pasar yang terus berlangsung, para pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada sekaligus menarik pelanggan baru. Pada era kompetisi bisnis yang semakin ketat ini, pengusaha dan pelaku usaha dari berbagai sektor harus terus berinovasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Salah satu aspek yang sangat penting dalam konteks ini pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Harga dan kualitas produk diakui sebagai dua faktor utama yang mempengaruhi loyalitas serta kepuasan pelanggan. Dalam situasi ini, strategi yang berfokus pada loyalitas pelanggan telah menjadi kunci untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Loyalitas pelanggan dapat dikatakan sebagai komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau layanan dari merek tertentu, meskipun terdapat banyak pilihan lain di pasar. Loyalitas pelanggan memegang peranan penting dalam sebuah perusahaan. Mempertahankan pelanggan tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kinerja, tetapi juga memastikan kelangsungan bisnis [1]. Hal ini berarti bahwa loyalitas pelanggan bukan hanya sekadar faktor tambahan, tetapi merupakan faktor utama yang menentukan keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Loyalitas juga dapat menciptakan ketahanan bagi perusahaan terhadap

tekanan pasar, seperti kompetisi harga atau perubahan tren [2]. Pelanggan yang telah membangun hubungan emosional dengan merek akan lebih toleran terhadap kenaikan harga atau perubahan dalam produk.

Harga dapat dikatakan sebagai salah satu elemen penting yang seringkali menjadi pertimbangan utama bagi pelanggan sebelum melakukan pembelian. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan telah didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pramesti & Dwiridotjahjono dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, harga mencerminkan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk menikmati manfaat atau nilai dari suatu produk atau layanan [3]. Ketika pelanggan membayar harga tertentu, berharap mendapatkan kepuasan dari produk atau layanan yang dibeli, baik dalam bentuk kualitas, fungsi, atau manfaat yang diterima. Pelanggan yang merasa bahwa harga yang dibayarkan adil dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh, cenderung akan kembali melakukan pembelian dan tetap setia kepada produk atau merek tersebut [4]. Inilah sebabnya penentuan harga yang tepat, yang mampu mencerminkan kualitas produk yang berkualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan, menjadi sangat penting bagi perusahaan.

Kualitas produk bukan hanya tentang memenuhi standar produksi, tetapi juga memastikan bahwa produk tersebut mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan secara konsisten. Jika kualitas produk konsisten dan memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan, maka kemungkinan besar pelanggan akan kembali untuk melakukan pembelian ulang, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas

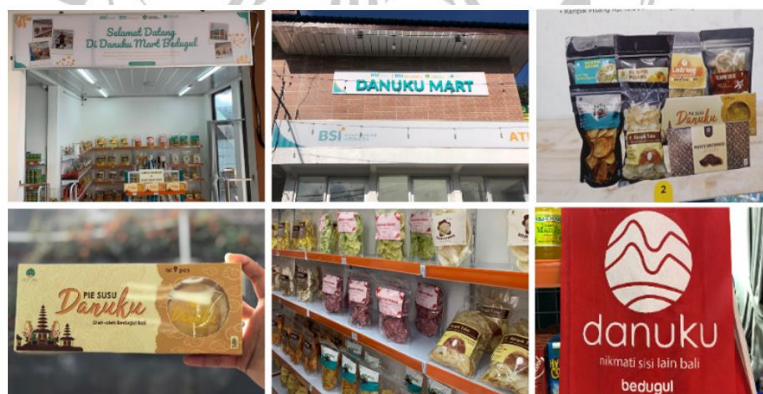
pelanggan [5]. Dalam penelitian Syahmi *et al.*, menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan [6]. Loyalitas ini terbentuk karena pelanggan merasa puas dengan nilai yang pelanggan terima, baik dari segi kualitas maupun manfaat yang ditawarkan produk tersebut. Sebaliknya, produk dengan kualitas yang buruk dapat merusak kepercayaan dan kepuasan pelanggan, menyebabkan pelanggan beralih ke merek pesaing.

Kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan sebelum pembelian sejalan dengan kinerja produk setelah digunakan, Jika pelanggan merasa produk memenuhi ekspektasinya, pelanggan akan puas dengan kualitas yang diterima. Dalam hal ini, pelanggan akan merasa puas apabila kualitas produk yang dibeli memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi [7]. Saat pelanggan menggunakan suatu produk dan menemukan bahwa produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan, kepuasan akan timbul. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen hal ini dinyatakan dalam penelitian [8]. Kepuasan ini bukan hanya terkait dengan pemenuhan fungsi produk, tetapi juga dengan kualitas yang diharapkan dari produk tersebut. Ketika pelanggan merasakan bahwa produk tersebut memberikan nilai yang setara atau lebih dari yang diantisipasi, pelanggan akan merasa puas dengan keputusan pembeliannya [9]. Keselarasan antara ekspektasi dan kenyataan inilah yang menjadi inti dari kepuasan pelanggan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi terciptanya loyalitas pelanggan dalam menciptakan atau menjalankan usaha seperti pengaruh harga dan kualitas produk hingga terciptanya kepuasan pelanggan [9]. Oleh karena itu, menjaga dan

meningkatkan loyalitas pelanggan harus menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai strategi, seperti meningkatkan kualitas produk, memberikan layanan pelanggan yang luar biasa, mendengarkan umpan balik pelanggan, dan memberikan harga yang kompetitif sesuai dengan persepsi nilai produk atau layanan.

Berdasarkan pembahasan di atas mengacu pada suatu pelaku usaha yang bernama *Danuku Mart* yaitu UMKM yang ada di kawasan bedugul. *Danuku Mart* berdiri pada tahun 2023 yang fokus utamanya ke produk oleh – oleh khas Bali. *Danuku Mart* diambil dari bahasa Bali yaitu *danu* dan *ku* yang artinya danau saya atau kita. *Danuku Mart* yang menyediakan produk oleh-oleh khas Bali dan juga kebutuhan wisatawan maupun penduduk lokal di daerah bedugul, Kec. Baturiti, Kab, Tabanan yang menjadi salah satu tempat wisata di Bali. *Danuku Mart* menyediakan beragam produk. Gambar berikut memperlihatkan jenis-jenis produk yang tersedia di *Danuku Mart*.



Gambar 1. 1 Lokasi dan Produk *Danuku Mart*  
Sumber: Hasil Observasi peneliti, Oktober 2024

Gambar 1.1 memperlihatkan lokasi dan jenis-jenis produk yang ada di Danuku *Mart*. Tempat ini menyediakan beberapa produk cemilan maupun oleh-oleh yang dapat menikmati seperti aneka keripik, aneka kerupuk, pie susu, brownies, bolen pisang, dan aneka roti. Pangsa pasar Danuku *Mart* wisatawan yang berkunjung ke Danau Bratan Bedugul. Produk-produk ini disesuaikan dengan selera pasar wisatawan yang berkunjung ke Bedugul. Dengan variasi produk yang cukup beragam, Danuku *Mart* berhasil memenuhi kebutuhan wisatawan yang mencari camilan khas atau oleh-oleh khas Bali.

Persaingan UMKM oleh-oleh khas Bali yang semakin meningkat, Danuku *Mart* Bedugul menjalankan strategi yang berbeda agar bisa tetap bersaing. UMKM ini hadir untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat lokal akan makanan khas Bali yang enak, berkualitas, dan terjangkau. Berikut ini adalah data pelanggan yang merasa puas dan menunjukkan keinginan untuk terus membeli produk dari Danuku *Mart* Bedugul.

Tabel 1. 1 Ulasan Pelanggan terkait Kepuasan Pelanggan

No	Nama Pengguna	Ulasan
1.	Arika Hanina Q	Produk pie susunya sangat enak banget suka, harganya juga terjangkau
2.	Farrel Fauzan	1 tahun lebih saya sudah belanja disini, dikit demi sedikit mulai muncul produk baru dengan kualitas yang sangat bagus. Saya senang toko ini terus berinovasi
3.	Husin Almaliki	Layanan Mantap dan satu komplek dengan Masjid Al-Hidayah
4.	Made ahmad dzulfikri	Danuku Mart ini sangat membantu saya untuk mencari oleh-oleh khas bali, lengkap harga terjangkau
5.	Maliki Fikral	Rekomended, rasanya sangat enak sekali

Sumber: Google *Review*, diakses Oktober 2024

Tabel di atas menyajikan data mengenai pelanggan yang merasakan kepuasan setelah melakukan pembelian produk makanan oleh-oleh khas Bali yang ditawarkan oleh UMKM Danuku *Mart* Bedugul. Sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa mereka merasa puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan serta harga yang dinilai terjangkau. Tingkat kepuasan tersebut memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha Danuku *Mart* Bedugul, karena pelanggan yang merasa puas cenderung menunjukkan loyalitas dengan melakukan pembelian berulang, serta akan merekomendasikan produk.

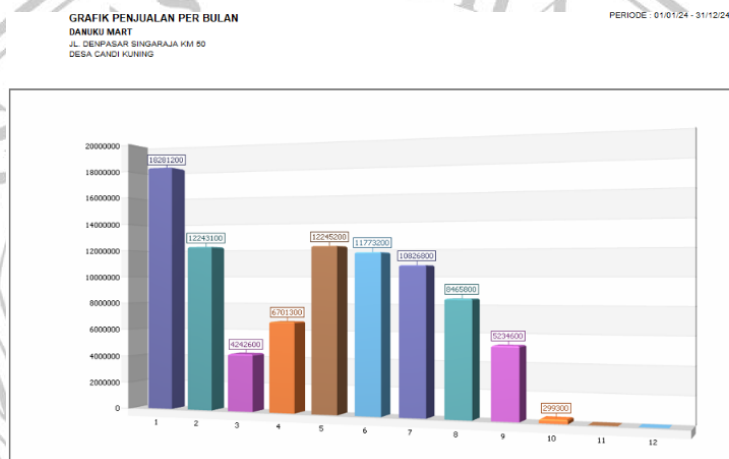
Seiring dengan meningkatnya jumlah pengunjung dan pelanggan, UMKM Danuku *Mart* Bedugul terus melakukan berbagai upaya pembaruan dan peningkatan kualitas produk guna menjaga kepuasan pelanggan. Namun demikian, peningkatan jumlah pelanggan tidak serta merta membuat Danuku *Mart* terbebas dari kritik atau keluhan. Masih terdapat sejumlah pelanggan yang mengungkapkan ketidakpuasan mereka terhadap produk atau harga yang dirasa belum memenuhi ekspektasi. Berikut ini disajikan pada Tabel 1.2 beberapa ulasan keluhan dari pelanggan sebagai bentuk ketidakpuasan yang muncul setelah menggunakan produk dari Danuku *Mart* Bedugul.

Tabel 1. 2 Ulasan Keluhan Pelanggan Terkait Kepuasan Pelanggan

No	Nama Pengguna	Ulasan
1.	warto	Harga yang ditawarkan belum sesuai dengan kualitasnya yang menurut saya kurang
2.	Sulis Tyo	Kualitasnya kalo bisa ditingkatkan, saya merasa kurang puas
3.	Nyoma 123	Kualitas produk makanan yang kering masih mudah rapuh

Sumber: Google *Review*, diakses Oktober 2024

Fenomena ini berkaitan dengan penurunan penjualan pada *Danuku Mart* dan adanya ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan pengalaman yang didapatkan, yang pada akhirnya berpotensi mempengaruhi loyalitas pelanggan serta tingkat penjualan. Grafik berikut memberikan gambaran rinci mengenai respon pelanggan terhadap harga dan kualitas produk, serta tren penjualan yang terjadi di *Danuku Mart* saat ini.



Gambar 1. 2 Grafik penjualan per bulan *Danuku Mart*

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, Oktober 2024

Pada gambar 1.2 dapat dilihat dari omset Grafik penjualan *Danuku Mart* mengalami penurunan dalam 5 bulan terakhir. *Danuku Mart* pada bulan Januari sampai maret terjadi penurunan yang sangat drastis yaitu 40%. Selain itu, terjadi penurunan kembali di bulan september yaitu 25% yang diakibatkan pada bulan itu banyak pelanggan yang berkunjung dari wisatawan menurun. Kenaikan penjualan dalam *Danuku Mart* sering kali disebabkan oleh momentum besar seperti hari raya atau perayaan penting lainnya. Momentum ini menjadi pemicu utama lonjakan permintaan

pelanggan yang membuat pelanggan menjadi loyal terhadap pembelian suatu produk. Namun, ketika periode ini belum tiba, penjualan cenderung menurun karena perilaku pelanggan yang lebih menahan diri. Dalam konteks ini, faktor seperti harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan menjadi sangat penting untuk menjaga loyalitas pelanggan serta stabilitas penjualan terus meningkat bukan pada saat momentum atau perayaan hari besar tetapi meningkatkan penjualan di setiap harinya.

Bukti empiris yang melatar belakangi penelitian ini, sebagaimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Chrisnaya *et al.*, (2023) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Hendaprilla *et al.*, (2023) menyatakan bahwa harga tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Pramesti & Dwiridotjahjono (2023) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Hasan (2023) menyatakan Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari kontradiksi hasil penelitian tersebut maka peneliti mengambil kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Berdasarkan fenomena *gap research* diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan".

## 1.2 Rumusan Masalah

Setelah menjabarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini, adapun pernyataan yang didapat diuraian, yakni:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada *Danuku Mart*?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *Danuku Mart*?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *Danuku Mart*?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Danuku Mart*?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Danuku Mart*?
6. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *Danuku Mart*?
7. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada *Danuku Mart*?
8. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada *Danuku Mart*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab masalah-masalah yang diidentifikasi oleh peneliti, yang diantaranya:

1. Untuk mendiskripsikan tanggapan pelanggan tentang harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada *Danuku Mart*.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Danuku *Mart*.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Danuku *Mart*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Danuku *Mart*.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Danuku *Mart*.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Danuku *Mart*.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Danuku *Mart*.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Danuku *Mart*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan dan juga bisa bermanfaat sebagai rujukan peneliti selanjutnya dan pengembangan penelitian utamanya dalam bidang pemasaran. Dengan memperluas teori serta keterkaitan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi para pelaku usaha *Danuku Mart* Bedugul mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti harga dan kualitas produk, serta peran kepuasan pelanggan. Informasi ini berguna untuk pengelola dalam merancang strategi pemasaran dan penetapan harga yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara keseluruhan.

