

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sebuah bisnis selalu memiliki strategi untuk membangun loyalitas pada pelanggannya, karena membangun loyalitas pelanggan bukanlah hal yang mudah apalagi dilakukan dengan proses yang instant. Dalam membangun loyalitas dari penciptaan nilai, kepuasan, ketahanan dan loyalitas (Margono *et al.*, 2016). Peningkatan nilai kepada pelanggan dapat mengarah pada tingkat ketahanan pelanggan yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan dapat mengarah pada tingkat ketahanan pelanggan yang jauh lebih tinggi, ketika pelanggan bertahan karena nyaman dengan nilai dan pelayanan maka dapat mereka akan lebih mungkin akan menjadi pelayanan yang loyal. Loyalitas ini mengarah pada pembelian yang berulang, rekomendasi dan pembelanjaan yang meningkat.

Loyalitas pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan secara sederhana loyalitas dapat dipahami dengan kesetiaan yang dimiliki pelanggan. Loyalitas pelanggan dihasilkan dari citra yang positif perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Hal tersebut bisa membuat konsumen merasa puas dan akhirnya dapat menghasilkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang dipegang erat oleh konsumen untuk membeli suatu produk berupa barang atau jasa secara konsisten, hal ini menyebabkan pembelian berulang pada merek yang sama, meskipun konsumen tersebut mendapatkan pengaruh situasional dari kompetitor untuk mengganti produk dari merek lain.

Loyalitas pada seorang pelanggan tentu menjadi hal penting yang perlu diperhatikan oleh sebuah perusahaan. Loyalitas pada seorang pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putra, (2021) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Tiasanty dan Setio, (2019) membuktikan bahwa dengan adanya kepuasan pelanggan dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang terjadi. Kepuasan pelanggan menjadi hal

penting karena menggambarkan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan dengan atau hasil yang diharapkan. Selain itu kepuasan pelanggan adalah salah satu tujuan perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan ekspektasi pelanggan pada suatu produk/jasa sehingga pelanggan menjadi loyal. Rasa puas akan menimbulkan dorongan konsumen untuk melakukan pembelian lagi terhadap produk tersebut atau sebaliknya, ketika konsumen tidak merasa puas dan kecewa maka hal ini menyebabkan konsumen untuk menghentikan belanjanya dan konsumsi mereka terhadap produk tersebut.

Kepuasan pelanggan dapat dilakukan sebagai istilah yang menjelaskan mengenai ukuran layanan atau sebuah produk yang diminta harus memenuhi keinginan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga dilakukan sebagai tingkat perasaan seseorang yang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan terhadap tingkat kepentingan setelah pemakaian pada dasarnya menciptakan kepuasan pelanggan merupakan suatu keharusan yang dihasilkan pemilik usaha kepada konsumen. Terbentuknya kepuasan pelanggan dapat memberikan dan terciptanya *word of mouth* yang akan menguntungkan dan terciptanya loyalitas pelanggan. Tjiptono (2022)

Kepuasan pada seorang konsumen sendiri menjadi hal penting untuk diperhatikan. Dengan meningkatkan kepuasan pada seorang konsumen dapat berdampak pada meningkatnya loyalitas konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Andri *et al.*, (2022) membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian serupa yang dilakukan Dewi *et al.*, (2021) membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun pada penelitian yang dilakukan Holikah dan Hadita, (2023) membuktikan bahwa kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Produk merupakan suatu hal yang dapat dibeli dan didapatkan pelanggan ketika melakukan pembelian. Kualitas dari produk itu sendiri menjadi salah satu alasan pelanggan akhirnya memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk tersebut. Kualitas produk merupakan kemampuan dari sebuah barang

dalam melaksanakan fungsi meliputi daya tahan, keandalan, kemudahan pengoperasiannya, ketepatan serta perbaikan dan atribut penting lainnya Kotler dan Keller, (2016). Hal tersebut mengandung arti bahwa kualitas produk sebagai karakteristik sebuah produk atau jasa guna menunjang kemampuannya dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Terdapat bukti empiris sebagai landasan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan Diputra dan Yasa, (2021) yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian yang dilakukan Putra, (2021) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun pada penelitian yang dilakukan Arif dan Syahputri, (2021) membuktikan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Berkembangnya pertanian di Indonesia yang kita tahu bahwa Indonesia adalah negara agraris. Pertanian merupakan suatu aktivitas bercocok tanam dengan menggunakan pemanfaatan sumber daya alam yang dikelola oleh manusia agar dapat menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sebagai sumber energi. Menurut situs resmi Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (2019), luas lahan pertanian di Indonesia adalah 5,69 dan luas lahan pertanian di Provinsi Jawa Timur adalah 1.091.752,00 dan di Kabupaten Banyuwangi jumlah petani di Wilayah Banyuwangi adalah 1.091.752,00. sekitar 5.782,40.

Toko pertanian UD. Suka Tani merupakan perusahaan dagang yang bergerak di bidang pertanian yang menyediakan kebutuhan pertanian seperti pupuk organik dan non-organik, benih, obat-obatan dan peralatan pertanian lainnya. Pembelian pupuk dan penyaluran subsidi pupuk dilakukan sesuai dengan Peraturan Kementerian Perdagangan Nomor 15/M-DAG/2015. Namun, terjadi beberapa permasalahan yang ditemukan oleh peneliti pada UD Suka Tani. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara kepada pemilik UD Suka Tani untuk mengetahui bagaimana kondisi penjualan yang terjadi. Didapati hasil wawancara kepada pemilik UD Suka Tani bahwa selama 6 bulan terakhir penjualan cenderung menurun, hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen memiliki loyalitas yang rendah terhadap UD. Suka Tani dimana menjadikan UD. Suka Tani sebaagai prioritas ketika akan melakukan pembelian produk pertanian.

Pada penelitian ini, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa pelanggan untuk dapat mengetahui kondisi yang dialaminya saat melakukan pembelian. Didapati hasil dari keluhan yang dirasakan oleh pelanggan seperti terlihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Pra Penelitian

Nama	Keluhan
Abdul Aziz	Tidak jarang produk pupuk yang saya pesan telat sampai tujuan.
Sri Purnamawati	Produk pupuk dan pertanian lainnya yang sampai di rumah saya tidak sesuai dengan apa yang sudah saya pesan.
Iyem Pratiwi	Karyawan kurang ramah saat melayani saya ketika bertanya terkait produk pertanian di toko.
Muhammad Darto	Banyak produk pertanian yang tidak tersedia dan cukup lama untuk barang tersebut ada kembali.
Edi Budiarto	Kualitas pupuk yang dijual tidak konsisten.

Sumber : Data Pra Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut, dapat terlihat bahwa terdapat beberapa pelanggan yang mengeluhkan terkait kualitas produk pertanian dan juga pupuk yang dijual oleh UD Suka Tani. Serta seringkali terjadi keterlambatan mengantar produk. Karyawan UD. Suka Tani juga terkadang melakukan kesalahan berupa barang yang dikirimkan berbeda dengan yang dipesan oleh pelanggan. Pada penelitian ini, peneliti memiliki ketertarikan khusus dalam membuktikan apakah ada dampak kualitas produk yang diberikan oleh pelaku bisnis terhadap loyalitas pada seorang pelanggan dengan adanya variabel mediasi berupa kepuasan pelanggan. Sehingga, peneliti menetapkan judul penelitian yaitu **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”**

## B. Rumusan masalah

1. Bagaimanakah tanggapan pelanggan tentang kualitas produk, loyalitas, dan kepuasan pelanggan UD Suka tani ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Suka tani ?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Suka tani ?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Suka tani ?
5. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Suka tani ?

### **C. Tujuan penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan tanggapan pelanggan tentang kualitas produk, loyalitas dan kepuasan pelanggan terhadap UD Suka tani.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Suka tani.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Suka tani.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Suka tani.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Suka tani.

### **D. Manfaat penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan untuk menjadi referensi penelitian dibidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pemilik UD Suka tani untuk dapat meningkatkan produk yang dimilikinya. Dengan peningkatan yang sekiranya dapat dilakukan oleh UD Suka tani akan berhubungan dengan meningkatnya loyalitas pada pelanggannya.