

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Perubahan sosial ekonomi yang terus terjadi dalam proses perkembangan perekonomian di Jawa Timur khususnya di kawasan Gresik membuahkan tantangan baru dalam dunia bisnis. Para eksekutif pemasaran harus dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Perusahaan harus dapat memenuhi tuntutan konsumen mengenai kualitas produk yang lebih baik dan memuaskan serta dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Perkembangan teknologi yang semakin dinamis membuat manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pembisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi pemasaran yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Dengan demikian, setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. (Nafillah, 2012)

Semakin banyak pilihan produk yang dijual di pasar, maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Tentu hal ini sangat menguntungkan para konsumen, sehingga konsekuensi dari kondisi tersebut adalah konsumen menjadi lebih

cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar. Perusahaan harus bisa bersaing untuk menunjukkan nilai - nilai positif produknya. Kualitas produk yang dimiliki perusahaan merupakan aspek penting yang harus dimiliki dan dipertahankan nilai positifnya dimata konsumen maupun calon konsumen. Kualitas produk merupakan cara masyarakat mempersepsi (memikirkan) perusahaan atau produknya. Dengan demikian, kualitas produk merupakan persepsi dan keyakinan konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam ingatan konsumen mengenai kualitas dari suatu produk yang dilihat, dipikirkan, dan dibayangkannya. Konsumen akan tetap memilih produk yang berkualitas dan sudah terjamin mutunya, dimana produk yang dipilih akan menjamin kualitas produknya. (Suharno dan Sutarno, 2010)

Menurut (Philip Kotler dan Amstrong, 2008) kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menciptakan kualitas yang tepat untuk suatu produk, tentunya akan sangat berguna bagi pemasar, karena kualitas produk akan mempengaruhi penilaian konsumen atas produk yang diharapkan, yang bukan hanya dapat memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi dapat memberikan kepuasan yang lebih baik dan lebih terjamin. (Philip Kotler dan Keller, 2012)

Penggunaan kayu sebagai rangka atap memang sangat lazim digunakan, apalagi di Indonesia sendiri terdapat berbagai jenis kayu dengan kualitas produk dan harga yang berbeda - beda. Namun, untuk sekarang ini sudah ada alternatif

pengganti kayu yang bisa digunakan sebagai penutup atau rangka atap, yaitu baja ringan adalah salah satunya.

Nilai keuntungan dari penggunaan material baja ringan ini dibandingkan material kayu yang sering diganggu rayap dan lapuk sehingga memerlukan perawatan dan bahkan penggantian menyeluruh pada jangka waktu tertentu. Material rangka atap ini terbuat dari bahan dasar baja dengan campuran zinc dan aluminium atau zinc-alum. Material ini sudah diproduksi secara massal di Indonesia.

Tabel 1.1

Berikut Spesifikasi Material dan Keunggulan Produk Rangka Atap Baja Ringan :

No.	Spesifikasi Material	Keunggulan Produk Rangka Atap
1.	ZincAlum Coating AZ100 = 50 Gram/m ² , Komposisi 55 % Aluminium (Al), 45 % Seng (Zinc)	- Bergaransi 10 Tahun - Sertifikasi SNI, ISO - Strukturisasi sesuai aturan Asosiasi Konstruksi Indonesia
2.	Mutu Baja Hi-Ten G550	- Struktur Lebih Ringan dan Presisi Tinggi dan kuat / kokoh
3.	Tegangan Leleh Minimum : 550 Mpa	- Konstruksi Stabil dan Aman - Anti Rayap , Tahan Karat, Api
4.	Modulus Elastisitas : 2.1 x 10 ⁵ Mpa , Modulus Geser : 8 x 10 ⁴ Mpa	- Harga Lebih Ekonomis dibandingkan pemakaian kayu (Invest Jangka Panjang)

Sumber : (Dhipa, 2011)

Penjelasan dari tabel 1.1, Rangka Atap Baja Ringan terbukti bermutu tinggi dan memiliki keunggulan materialnya serta telah teruji disertai sertifikat SNI, ISO. Menurut (Dhipa, 2011) Mutu Baja Hi-Ten G550 telah terbukti Strukturisasinya sesuai aturan Asosiasi Konstruksi Indonesia (AKI).

PT. Winstar Partical Product sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang konstruksi di daerah Menganti - Gresik. Menawarkan beragam produk rangka atap baja ringan yang diharapkan dapat menjangkau konsumen lebih banyak lagi dan bekerja keras membuat kebijakan - kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan *competitor* yang dapat memberikan *value* yang lebih besar kepada *customer*. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing, maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar. Masyarakat kini mulai berpikir selektif dan pintar dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk membeli barang dengan harga mahal untuk mendapatkan produk berkualitas.

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk adalah harga yang relevan dengan kualitas produk tersebut. Harga merupakan salah satu aspek untuk meningkatkan penjualan. Namun sebelum membahas lebih mendalam tentang pendekatan harga, sebaiknya harus diketahui

terlebih dahulu tentang definisi harga. Menurut (Rymond Corey, 2007) harga ialah estimasi penjual terhadap arti dari para pembeli potensial, serta menyadari opsi lain yang dimiliki pembeli atas pemenuhan kebutuhan dari produk yang bisa memuaskannya.

Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menjadikan puas dan loyal pada produk yang dibeli. Hal ini akan mengakibatkan terjadinya persaingan harga dari berbagai macam produk yang tersedia di perusahaan - perusahaan lainnya, sehingga konsumen yang sensitif terhadap perubahan harga cenderung akan beralih ke perusahaan lain yang lebih murah. Namun konsumen yang loyal terhadap produk yang diminatinya pasti tidak akan beralih ke produk yang lain. Pengaruh harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk semakin meningkat dan pelanggan akan merasa puas dengan kualitas produk dan harga yang telah ditetapkan.

Kepuasan pelanggan tidak dapat begitu saja untuk diraih, tetapi perlu proses panjang untuk meyakinkan bahwa produk rangka atap baja ringan galvalume dari PT. Winstar Partical Product merupakan produk terbaik bagi konsumennya. Membangun kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh perusahaan

sejak pertama kali didirikan. Dengan eksistensinya dimasa yang akan datang, PT. Winstar Partical Product dapat membuktikan itu semua. Hal ini dapat dibuktikan dengan inovasi yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk selalu memberikan yang terbaik pada para pelanggannya. Inovasi tersebut berupa selalu melakukan pengembangan produk baru. Mungkin ada kecenderungan pelanggan membeli dan menggunakan produk lain dengan kualitas yang dirasakan lebih unggul, Untuk itulah PT. Winstar Partical Product dituntut dapat membentuk kepuasan konsumen agar pelanggannya puas dan tidak berpindah alih ke produk lain.

Kepuasan menurut (Widodo, 2012) menyatakan bahwa seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas. Para konsumen membeli suatu produk bukan karena fisik produk semata - mata tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibeli. (Lovelock dan Wright, 2007) mengungkapkan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca - pembelian seseorang, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan. Pelanggan yang merasa puas dan loyal akan melakukan pembelian ulang secara berkala di waktu yang akan datang.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha - usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah.

Sebagaimana diketahui bahwa tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap kualitas produk serta harga yang menguntungkan bagi perusahaan. (Tjiptono, 2008).

Secara Fenominal permasalahan yang terjadi pada perusahaan konstruksi rangka atap baja ringan di Menganti ó Gresik dewasa ini dalam usaha pengembangan produk adalah mengenai kualitas produk dan penetapan harga. Dimana Kualitas Produk yang ada di PT. Winstar Partical Produk yaitu pada spesifikasi material, keunggulan produk serta mutu bajanya kurang memenuhi standart strukturisasi dan pada harga yang ada di PT. Winstar Partical Product terkenal mahal dan harga selalu tidak stabil. Perusahaan seharusnya mempunyai standar atau sistem yang digunakan sebagai acuan dalam memilih bahan yang berkualitas dan mengestimasi biaya. Dengan menciptakan kualitas produk dengan strukturisasi yang sesuai aturan Asosiasi Konstruksi Indonesia (AKI) yang terbukti mutu dan keunggulan materialnya sesuai sertifikat SNI, ISO akan dapat membantu perusahaan menghasilkan kualitas produk yang baik dan unggul bagi para pelanggan dan bisa bersaing dengan kompetitor lainnya. Dengan penetapan harga yang sesuai kualitas produk, harga relatif terjangkau oleh para pelanggan dan perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya, maka pelanggan akan tidak ragu untuk membeli produk yang ada pada PT. Winstar Partical Product. Sehingga perusahaan dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas

pada pelanggan serta mampu mengenali secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun masa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, melihat pentingnya kualitas produk dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. WINSTAR PARTICAL PRODUCT DI MENGANTI – GRESIK”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik ?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik ?
5. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik ?

6. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendiskripsikan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik.
2. Untuk meneliti dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik.
3. Untuk meneliti dan menganalisis harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik.
4. Untuk meneliti dan menganalisis kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik.
5. Untuk meneliti dan menganalisis kualitas produk dan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik.

6. Untuk meneliti dan menganalisis kualitas produk dan harga berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Winstar Partical Product di Menganti ó Gresik.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kajian ilmu untuk memahami aplikasi teori ó teori tentang pemasaran khususnya mengenai kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan PT. Winstar Partical Product

Diharapkan penelitian ini dapat memperluas pengetahuan serta dapat menambah wawasan mengenai manajemen pemasaran pada umumnya dan faktor - faktor tertentu lainnya yang bisa mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan khususnya. Diharapkan lewat studi ini dapat bermanfaat bagi perusahaan PT. Winstar Partical Product untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap

loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi.

2. Bagi Universitas Wijaya Putra

Agar dapat digunakan sebagai tambahan literatur pustaka di Universitas Wijaya Putra Surabaya yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk studi banding bagi mahasiswa dalam mengambil penelitian lanjutan mengenai permasalahan yang sama.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi peneliti untuk melihat dan memahami penerapan teori - teori dan literatur yang peneliti peroleh dibangku perkuliahan, dan mencoba membandingkannya dengan praktek yang ada di lapangan. Dengan demikian akan menambah pemahaman penulisan dalam bidang manajemen, khususnya dibidang pemasaran.