

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada awalnya kain tradisional memang tidak terlalu sering dipergunakan oleh orang. Kain tradisional biasanya hanya akan digunakan pada acara-acara tertentu yang berkaitan dengan acara adat seperti pernikahan, musyawarah daerah, kematian. Kain tradisional cenderung memiliki makna dari masa zaman dahulu. Sehingga yang menggunakan kain tradisional pun tergolong hanya kalangan orang tua. Hal ini terjadi karena orang-orang berfikir kain tersebut hanya “pas” digunakan oleh kalangan orang tua saja.

Dalam proses pembuatannya kain tradisional pada tiap-tiap daerah biasanya terinspirasi dari alam sekitar. Tiap daerah tentu memiliki ciri khas alam yang berbeda seperti keindahan lautan, pegunungan, sawah dan yang lainnya. Hal inilah yang menjadi inspirasi banyak pengrajin kain tradisional untuk membuat motif yang indah pada kain-kain yang akan dibuatnya. Tidak hanya itu kain yang dibuat juga memiliki makna tersendiri tiap daerahnya, hal ini bisa dilihat dari segi motif, maupun dari segi warna pada kain tersebut.

Namun berbeda dengan zaman sekarang ini, kain tradisional sudah digunakan oleh semua kalangan, baik itu anak-anak, remaja, dan dewasa. Hal ini bisa dibuktikan dari beberapa sekolah yang menjadikan kain

tradisional sebagai seragam wajib pada hari Kamis/Jumat. Dan juga dari kalangan dewasa dan orang tua yang mulai menggunakan kain tradisional baik itu pada acara pernikahan, peringatan hari besar keagamaan, hari besar nasional, dan peringatan kematian.

Tiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas kain tradisionalnya tersendiri. Misalnya di daerah Yogyakarta yang menjadi kain khas nya yaitu Kain Lurik yang terbuat dari serat – serat kayu yang dibuat menggunakan alat tenun bukan mesin. Di Bali yaitu ada kain tradisional Endek yang bahkan sudah mendunia karna masuk salah satu koleksi musim panas merk terkenal Dior. Dan juga kain Ulos dari provinsi Sumatra Utara dengan ciri khas benang emas yang terlihat mewah. Sedangkan di Minangkabau atau Sumatera Barat yang menjadi ciri khas kainnya adalah “*Songket*”. Songket yang terkenal di Sumatera Barat adalah “*Songket Pandai Sikek* dan *Songket Silungkang*”. Ada beberapa motif yang terkenal pada songket yaitu Pucuk Ranggo Patai, Kain Balapak Gadang, Bungo Malur, dan lainnya.

Kata “Songket berasal dari kata sungkit yang artinya “mengait” atau “mencungkil”. Biasanya kain songket dengan warna jelas merah, hitam dan kuning, dimana ketiganya melambangkan tokoh penting yaitu kaum adat, cendekiawan dan juga ulama. *Songket Pandai Sikek* memiliki dua pola motif yaitu *cukie dan sungayang*. Sedangkan untuk *Songket Silungkang* ini cenderung mengambil dari alam seperti hewan dan tumbuh – tumbuhan.

Menurut Jung (2013), dalam (Claudia et al., 2020). loyalitas adalah sikap sebagai evaluasi yang baik yang diadakan dengan kekuatan dan stabilitas yang cukup untuk mendorong tanggapan berulang kali menguntungkan untuk barang atau jasa suatu merek. Perusahaan sangat membutuhkan pelanggan yang loyal karena banyak manfaat yang diterima terutama pelanggan yang loyal akan aktif menyampaikan produk yang dipakainya kepada orang-orang terdekatnya.

Menurut Sawitri (2019) (Claudia et al., 2020), pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang melakukan pembelian ulang, membeli dari berbagai lini produk dari suatu merek yang sama, merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain, dan juga memiliki kekebalan terhadap penawaran produk pesaing.

Adapun pengertian loyalitas ( Rasyid, 2017) antara lain :Niat untuk menggunakan jasa, Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, Komitmen terhadap perusahaan. Manfaat loyalitas konsumen terhadap perusahaan Menurut (Kotler, Hayes dan Bloom, 1998 dalam (Siregar et al., 2017) ada 6 alasan mengapa perusahaan harus menjaga dan mempertahankan konsumen:

- 1) Pelanggan yang sudah ada memiliki prospek yang lebih besar untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan.
- 2) Biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih kecil dari pada mencari pelanggan baru.

- 3) pelanggan yang percaya dalam suatu urusan bisnis cenderung akan percaya juga pada urusan bisnis yang lain.
- 4) Jika sebuah perusahaan lama memiliki banyak pelanggan lama, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan karena adanya efisiensi. Pelanggan lama sudah terbiasa tentu tidak ada lagi tuntutan, perusahaan cukup menjaga dan mempertahankan mereka. Untuk melayani biasanya digunakan karyawan-karyawan baru dalam rangka melatih mereka, sehingga biaya pelayanan lebih murah.
- 5) Pelanggan lama tentunya telah banyak memiliki pengalaman positif yang berhubungan dengan perusahaan, sehingga mengurangi biaya psikologis dan sosialisasi.
- 6) Pelanggan lama akan berusaha membela perusahaan tersebut kepada teman-teman maupun lingkungannya.

QM Textile kain kiloan didirikan pada pertengahan tahun 2020 yaitu tepatnya pada bulan juli 2020, dimana yang menjadi 4variab utama dibangunnya usaha ini karna untuk membangkitkan ekonomi karna efek pandemic yang sedang terjadi. Dan juga untuk mempermudah para konsumen mencari kain yang dibutuhkan tanpaharus pergi jauh terbang keluar kota. Bahan – bahan kain kiloan di QM Textile ini rata – rata diambil asli dari kota Bukittinggi, namun ada juga yang berasal dari Jakarta, Cirebon dan juga Bandung.

*Tabel 1.1*

**Jumlah Pelanggan QM TEXTILE Ampang Gadang (Bukittinggi).**

**Pada Juli 2020 – Desember 2020**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pesanan</b>	<b>Persentase Pembeli</b>
Juli	9 pesanan	2.2 %
Agustus	10 pesanan	2,4 %
September	5 pesanan	1.2 %
Oktober	8 pesanan	1.9 %
November	4 pesanan	0,9 %
Desember	5 pesanan	1,2 %

*Sumber: QM TEXTILE*

Dari tabel 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa pesanan pada QM Textile di Bukittinggi pada tahun 2020 dimulai dari bulan Juli hingga Desember sebanyak 41 pesanan sebesar Rp 13.000.000. Pada bulan Juli terdapat 9 pesanan dengan persentase 2,2 %. Pada bulan Agustus mengalami kenaikan yaitu 10 pesanan dengan persentase 2,4 %. Pada bulan September mengalami penurunan yaitu 5 pesanan dengan persentase 1,2 %. Pada bulan Oktober mengalami kenaikan yaitu 8 pesanan dengan persentase 1,9%. Pada bulan November mengalami penurunan menjadi 4 pesanan dengan persentase 0,9 %. Pada bulan Desember terdapat 5 pesanan dengan persentase 1,2% .

Kemudian berdasarkan data perbandingan dengan toko kain tradisional lainnya yang ada di kota Bukittinggi pada tahun 2020 sebagai berikut :

**Tabel 1. 2**  
**Penjualan Pada Toko kain di kota Bukittinggi**  
**TAHUN 2020**

<b>NAMA TOKO KAIN</b>	<b>PENJUALAN</b>
Toko Umar Said Textile	Rp 15.000.000
Toko Emritex Textile	Rp 16.500.000

*Sumber : Pasar Simpang Aur Kuning Bukittinggi)*

Dari table 1.2 diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan di toko QM Textile masih kalah pesaingnya dengan Toko Umar Said Textile pada tahun 2020 sebanyak Rp 15.000.000 dan Toko Emritex Textile sebanyak Rp 16.500.000 sedangkan pada Toko QM Textile hanya Rp 13.000.000.

Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat loyalitas pelanggan belum optimal , disinyalir disebabkan oleh Strategi Pemasaran, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **(Panjaitan&Setyorini, 2020)** yang menyatakan dari dimensi strategi pemasaran berada dalam kategori baik dan satrtegi pemasaran dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan **(Huda&Nugroho, 2020)** bahwa Citra Merek berpengaruh positif

terhadap Loyalitas Pelanggan. (Putri et al., 2021)Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. (A. K. Produk et al., 2019)Citra Merek (CM) dan Kepuasan Pelanggan (CS) memberikan pengaruh besar terhadap Loyalitas pelanggan (LP).(Putra et al., 2019) Citra merek ( brand image )merupakan aspek yang sangat penting dari merek. Citra merek adalah identitas (termasuk personalitas, simbol, proposisi nilai, brand essence, dan posisi merek). Citra merek dan asosiasi merek adalah merupakan persepsi konsumen yang mungkin atau mungkin tidak merefleksikan realitas objektif Hal ini menunjukkan citra merek dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang baik terhadap loyalitas pelanggan. (Munir & Hasanuddin, 2019) dapat disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dimana makin baik kepuasan pelanggan maka akan berdampak terhadap peningkatan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul“ **Pengaruh Strategi Pemasaran,CitraMerk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada QM TEXTILE Ampang Gadang di Bukittinggi.**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan kajian-kajian ilmu pemasaran banyak faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran yang belum maksimal pada toko kain QM TEXTILE Ampang Gadang (Bukittinggi)
2. Fluktuasi yang masih belum stabil pada toko kain QM TEXTILE Ampang Gadang (Bukittinggi)
3. Kualitas Pelayanan yang belum maksimal, sehingga belum tercapainya usaha yang sukses pada QM TEXTILE Ampang Gadang (Bukittinggi).
4. Citra Merek yang belum maksimal oleh QM TEXTILE Ampang Gadang (Bukittinggi).
5. Promosi yang belum maksimal oleh QM TEXTILE Ampang Gadang (Bukittinggi).

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar terfokusnya penelitian ini maka penulis akan membatasi masalah ini dengan Strategi Pemasaran (X1), Citra Merek (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3) sebagai variabel bebas, kemudian Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat pada objek QM Textile Ampang Gadang di Bukittinggi.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Strategi Pemasaran secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada QM TEXTILE di Ampang Gadang (Bukittinggi) ?
2. Bagaimana pengaruh Citra Merek secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada QM TEXTILE di Ampang Gadang (Bukittinggi) ?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan QM TEXTILE di Ampang Gadang (Bukittinggi) ?
4. Bagaimana pengaruh Strategi Pemasaran, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada QM TEXTILE di Ampang Gadang (Bukittinggi) ?

## **1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan pada QM TEXTILE di Ampang Gadang (Bukittinggi)

2. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada QM TEXTILE di Ampang Gadang (Bukittinggi)
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada QM TEXTILE di Ampang Gadang (Bukittinggi)
4. Untuk mengetahui pengaruh Strategi Pemasaran, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada QM TEXTILE di Ampang Gadang (Bukittinggi)

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Pemilik Toko kain QM TEXTILE

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan pemasaran, serta sebagai bahan acuan terhadap peningkatan pelayanan kepada pelanggan demi tercapainya tujuan dari usaha tersebut.

2. Bagi Konsumen

Sebagai inovasi dalam masa kini yang dapat dimanfaatkan orang banyak untuk halhal yang baik.

3. Bagi Penulis

Sebagai implementasi ilmu Manajemen Pemasaran yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak selanjutnya yang melakukan penelitian dalam bidang yang sama.