

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Situasi persaingan pada abad sekarang semakin tajam dan perusahaan yang dapat bertahan adalah perusahaan yang mempunyai kemampuan untuk meningkatkan loyalitas secara berkesinambungan, menjadi kunci sukses keunggulan bersaing perusahaan.

Menurut Ali Hasan, (2009:84), Loyalitas Pelanggan merupakan kebiasaan perilaku pengulangan pembelian, keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pilihannya, dan bercirikan dengan pencarian informasi eksternal dan evaluasi internal.

Menurut Ali Hasan, (2009:98) faktor penentu kesetiaan pelanggan dengan cara menunjukkan bahwa peran utama loyalitas pelanggan dalam jangka panjang adalah :

- a. Kepuasan pelanggan (Customer satisfaction)
- b. Nilai pelanggan (Customer value)
- c. Loyalitas pelanggan (Customer loyalty)
- d. Hubungan pelanggan (Customer relationship)
- e. Layanan pelanggan (Customer service)
- f. Kualitas yang dirasakan (Perceived quality)
- g. Harga (Price)
- h.

Citra

merek (Brand image)

Menurut Azany (2014:45) desain produk adalah dapat dikatakan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan. Peningkatan yang dimaksud yaitu dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut.

Menurut Budiyanto (2016:490) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:50) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan. Jika sesuai harapan konsumen puas. Jika melebihi harapan konsumen puas atau senang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Tias Widiaswara, 2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening .Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rangga & Nalendra, 2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Im3 Madiun), Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Yulia Larasati Putri, 2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa),

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Konveksi Tiga Putra adalah salah satu usaha Konveksi yang bergerak dalam pembuatan pakaian jadi dan lain-lain, produk yang dihasilkan yaitu antara lain seragam sekolah, seraga kerja, jas, masker dan lain-lain. Konveksi Tiga Putra sendiri berada Jl.Painan-Bengkulu, Ujung Air, Kec.Sutera, Kab.Pesisir Selatan, Kota Painan, Sumatera Barat.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis pada tanggal 2 Juli 2021 pada UMKM Konveksi Tiga Putra dengan para Karyawan, bahwa pada saat ini rendahnya loyalitas pelanggan disinyalir disebabkan oleh, Desain Produk yang kurang menarik, Kualitas Produk yang kurang di tingkatkan dan Kepuasan Pelanggan yang masih belum optimal dilakukan.

Maka penulis tertarik mengangkat permasalahan tersebut untuk dilakukannyapenelitian dengan judul :

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA UMKM KONVEKSI TIGA PUTRA**

**1.2 Identifikasi Masalah**

Dari kajian – kajian teori manajemen pemasaran di atas terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan, diantaranya :

1. Desain Produk yang kurang menarik
2. Kualitas Produk yang masih rendah

3. Hubungan dengan pelanggan masih kurang
4. Kepuasan Pelanggan yang kurang optimal
5. Kualitas Produk serupa yang banyak beredar
6. Kurangnya pilihan pada desain produk
7. Kurangnya pilihan pada kualitas produk
8. Daya tahan produk yang masih rendah
9. Persaingan dengan produk sejenis yang semakin meningkat

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar terfokusnya penelitian ini pada tujuan maka sebagai Variabel terikatnya adalah Loyalitas Pelanggan (Y), Variabel bebasnya Desain Produk (X1), Kualitas Produk (X2) dan Variabel Interveningnya Kepuasan Pelanggan (Z) Dengan objek penelitian UMKM Konveksi Tiga Putra.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh desain produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konveksi Tiga Putra ?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konveksi Tiga Putra ?
3. Bagaimanakah pengaruh desain produk terhadap loyalitas konsumen pada Konveksi Tiga Putra ?
4. Bagaimanakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas pelanggan pada Konveksi Tiga Putra ?

5. Bagaimanakah pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konveksi Tiga Putra ?
6. Bagaimanakah pengaruh desain produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Konveksi Tiga Putra ?
7. Bagaimanakah pengaruh Kualitas produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Konveksi Tiga Putra ?

## **1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh desain produk terhadap Kepuasan pelanggan ?
2. untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan ?
3. untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh desain produk terhadap loyalitas pelanggan ?
4. untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan ?
5. untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan ?

6. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh desain produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Konveksi Tiga Putra ?
7. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Konveksi Tiga Putra ?

### **1.6 Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah :

#### 1. Manfaat teoritis

##### a. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam dan mengaplikasikan teori pemasaran yang sudah diperoleh ,terutama mengenai kualitas jasa dan produk. selain itu sebagai sarana dalam meningkatkan kompetensi dan mengembangkan wawasan keilmuan dalam membuat sebuah produk pakaian harus mengerti yang dibutuhkan oleh konsumen.

##### b. Bagi Pembaca

Bagi pembaca diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan mengenai ilmu-ilmu pemasaran khususnya kualitas jas, produk dan minat beli terhadap loyalitas konsumen

#### 2. Manfaat praktis

##### a. Bagi usaha mikro kecil menengah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak UMKM sebagai pertimbangan dalam membuat sebuah produk pakaian harus memperhatikan kualitas jasa yang baik dan kualitas produk yang mengena dalam benak konsumen akan mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen.

- b. Bagi konsumen Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada konsumen agar lebih mengenalkan produk pakaian UMKM Konveksi Tiga Putra yang selalu menjaga mutu jasa dan produk yang mengena langsung pada konsumen