

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti saat ini, perkembangan dunia usaha semakin meningkat pesat, salah satunya yaitu usaha roti. Banyak perusahaan roti bermunculan dan menghasilkan berbagai macam roti sehingga memungkinkan pelanggan punya banyak pilihan roti mana yang mereka sukai, oleh sebab itu agar perusahaan roti mendapatkan laba dan kelangsungan hidupnya dituntut untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Menurut **Tjiptono (2014:393)**, loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Menurut **Ali Hasan (2013:121)**, loyalitas pelanggan merupakan ukuran pendekatan pelanggan pada sebuah merek, pelanggan menyukai merek, merek menjadi top of mind (merek pertama yang muncul) jika mengingat sebuah kategori produk, komitmen merek yang mendalam memaksa preferensi pilihan untuk melakukan pembelian, membantu pelanggan mengidentifikasi perbedaan mutu sehingga berbelanja akan lebih efisien. Argumentasi ini memperkuat dan menjadi penting bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Selanjutnya, Menurut Ali Hasan (2013:216), faktor-faktor loyalitas pelanggan berupa :

- a. Persepsie value (nilai yang dinyatakan) dinyatakan sebagai perbandingan manfaat yang dirasakan dan biaya-biaya yang dikeluarkan pelanggan diperlakukan sebagai faktor penentu kesetiaan pelanggan.
- b. Kepercayaan (trust) didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan.
- c. Relasional pelanggan (customer relationship) dipersepsikan persepsi pelanggan terhadap proporsionalitas rasio biaya dan manfaat (pelanggan), rasio biaya dan keuntungan (perusahaan) dalam hubungan yang terus menerus dan timbal balik.
- d. Biaya peralihan (Switching cost) merupakan salah satu dari faktor yang mempengaruhi kesetiaan, melibatkan risiko waktu, uang, ketidakpastian, dan usaha psikologis lainnya.
- e. Dependabilitas (reliability) tidak hanya sebatas kemampuannya menciptakan superior nilai bagi pelanggan, tetapi juga mencakup seluruh capaian organisasi yang berkaitan dengan apresiasi publik terhadap perusahaan secara langsung berdampak pada kesetiaan pelanggan.
- f. Kepuasan Pelanggan adalah merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa

yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen.

- g. Citra Merek merupakan pemahaman pelanggan mengenai merek secara keseluruhan. Citra merek yang positif akan membuat pelanggan menyukai suatu produk dengan merek yang bersangkutan dikemudian hari
- h. Hubungan Pelanggan merupakan sebuah sistem informasi yang terintegrasi yang digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas prapenjualan dan pascapenjualan dalam sebuah organisasi.
- i. Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Menurut **Kotler dan Armstrong (2014:11)**, “kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan fungsinya, ini termasuk daya tahan keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut produk lainnya” dapat disimpulkan dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat memuaskan pelanggan atau pelanggannya yang nantinya akan berdampak positif bagi perusahaan.

Menurut **Siti Maimunah (2019)**, cita rasa mendefinisikan bahwa suatu cara terhadap pemilihan terhadap makanan bisa dibedakan dari adanya rasa makanan itu merupakan dari cita rasa. Cita rasa merupakan sebuah atribut

yang terdiri dari penampakan, rasa, bau, tekstur serta suhu yang dapat membentuk kerja sama dari kelima macam indra manusia. Jadi dengan adanya cita rasa ini jika yang ditawarkannya sesuai dengan keinginan, maka bisa menghasilkan suatu nilai kepuasan pada konsumen itu.

Menurut **Umar (2015:65)** kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang konsumen, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Penelitian yang dilakukan oleh **Maulana Rajab Hasanuddin (2020)**, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan pada Coffee Shop. Dan penelitian yang dilakukan oleh **Ani Lestari (2018)**, menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Citra Kendedes Cake dan Bakery.

Penelitian yang dilakukan oleh **Tri Arbiantoro (2018)**, menunjukkan bahwa variabel cita rasa mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Bakso Gibrass. Dan penelitian yang dilakukan oleh **Rini Handayani (2018)**, menyatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen. Dan penelitian yang dilakukan oleh **Fenny Indrawati (2018)**, menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh langsung secara

signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Cincau Station Surabaya.

Roti Putri Sumatra didirikan pada tanggal 28 Desember 2014 oleh Lunardi. Dengan mengeluarkan dua varian rasa yaitu rasa kelapa dan mentega meses pada Roti Putri Sumatra, dan Roti Putri Sumatra langsung dikenal banyak oleh kalangan masyarakat. Roti Putri Sumatra berusaha memenuhi cita rasa dan kepuasan pelanggan dengan menawarkan produk yang memang digemari masyarakat saat ini. Disamping itu juga memperhatikan kebersihan dalam pembuatan roti dan juga menggunakan bahan-bahan baku yang sudah diberi izin oleh dinas kesehatan. Roti Putri Sumatra mempunyai karyawan sebanyak 80 orang, dan rata-rata karyawan Roti Putri Sumatra yaitu laki-laki.

Loyalitas pelanggan memegang peranan sangat penting dalam organisasi bisnis atau usaha yang dilakukan. Loyalitas pelanggan meliputi komponen sikap dan komponen perilaku pelanggan. Komponen sikap pelanggan merupakan gagasan seperti niat kembali untuk membeli produk atau layanan tambahan dari perusahaan yang sama, kesediaan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Berikut ini data penjualan Roti Putri Sumatra pada tahun 2015-2019 :

Tabel 1.1
Data Penjualan Roti Putri Sumatra pada Tahun 2015-2019 :

Tahun	Jumlah Pembeli (orang)	Jumlah Pelanggan Yang Loyal (orang)	Presentase %
2015	3450	130	3,7%
2016	3600	145	4%
2017	2500	98	3,9%
2018	2980	105	3,5%
2019	2450	90	3,6%

Sumber : Roti Putri Sumatra

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pelanggan yang loyal pada Roti Putri Sumatra adanya peningkatan dan penurunan sejak tahun 2015 sampai tahun 2019 dari 130 orang pelanggan yang loyal sampai menjadi 90 orang yang loyal membeli Roti Putri Sumatra. Melihat jumlah pelanggan yang loyal persentasenya kecil disebabkan loyalitas pelanggan masih rendah. Disinyalir penyebabnya adalah kualitas produk yang masih kurang dari harapan pelanggan dan cita rasa masih kurang dari para pesaingnya dan tingkat kepuasan pelanggan masih rendah.

Berdasarkan hal ini maka perusahaan harus mengkaji kembali bagaimanana agar pelanggan tetap loyalitas terhadap Roti Putri Sumatra yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk roti dan inovasi kembali cita rasa roti sehingga pelanggan yang loyal akan semakin bertambah dan agar mendapatkan efek yang positif bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul yaitu, **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Roti Putri Sumatra)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah, banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan maka peneliti dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk masih rendah.
2. Nilai yang dirasakan pelanggan terhadap produk belum seimbang dibandingkan biaya yang dikeluarkan
3. Kepuasan pelanggan belum tercapai secara maksimal
4. Hubungan dengan pelanggan belum tercipta dengan baik
5. Harga produk yang masih tinggi
6. Citra merek yang belum lekat diingatan konsumen
7. Waktu tunggu yang masih lama
8. Kualitas produk tidak sesuai promosi
9. Untuk melakukan biaya peralihan masih terbilang mahal

1.3 Batasan Masalah

Adanya batasan masalah dan ruang lingkup dalam penelitian ini dimaksudkan untuk lebih memfokuskan penelitian terhadap masalah yang diteliti, sehingga dapat lebih bermanfaat. Adapun batasan masalah tersebut adalah “Pengaruh Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”.

1.4 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Roti putri Sumatra?
2. Bagaimana pengaruh Cita Rasa terhadap Kpuasan pelanggan pada Roti Putri Sumatra?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Roti Putri Sumatra?
4. Bagaimana pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan pada Roti Putri Sumatra
5. Bagaiamana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Roti Putri Sumatra?
6. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Roti Putri Sumatra?

7. Bagaimana pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Pealnggan dengan kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Roti Putri Sumtra?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetimasi diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan Pelanggan pada Roti Putri Sumatra.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Cita rasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Roti Putri Sumatra.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Roti Putri Sumatra.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Roti Putri Sumatra.
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Roti Putri Sumatra.
6. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Roti Putri Sumatra.
7. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Roti Putri Sumatra.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Peneliti

Dapat berguna dalam mengaplikasikan dari teori-teori yang diperoleh selama melakukan kegiatan perkuliahan dan mengaplikasikannya di Lapangan. Penelitian juga akan menambah wawasan dan pengetahuan peneliti terutama tentang pengaruh kualitas produk dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

2. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam manajemen perusahaan. Dan juga memberikan faktor-faktor dan langkah-langkah apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Serta dapat memberikan masukan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

3. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berupa kerangka teoritis tentang loyalitas pelanggan yang dilakukan konsumen melalui kepuasan pelanggan. Dan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.