

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya dunia usaha yang semakin marak dan meningkat di era modern ini membuat banyak pesaing yang berlomba-lomba menarik konsumen untuk menarik laba sebesar-besarnya. Dengan berkembangnya dunia usaha, kuliner pun menjadi salah satu trend usaha yang digandrungi dan diminati oleh masyarakat dan halayak. Sebanding dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat serta tingkat kejenuhan yang menuntut pebisnis untuk inovatif dan memiliki strategi-strategi yang baik.

Umumnya strategi lebih banyak didominasi oleh strategi pemasaran. Jadi bagaimana cara memasarkan produk-produk perusahaan kepada konsumen. Pemasaran berarti dapat menjaga konsumen untuk melakukan pembelian, atau menjaga image produk perusahaan agar tetap menjadi pilihan konsumen. begitu juga yang dilakukan oleh perusahaan Lily Bakery yang beralamat di Jl.Sunan Drajat No.67 Sidoharjo Lamongan yang bergerak dibidang kuliner khususnya cake & bakery, Lily dikenal oleh masyarakat luas karena kualitas kue yang sangat enak dengan beraneka ragam kue dan harga yang sesuai dengan kualitas kue, serta pelayanan yang ramah banyak masyarakat yang tertarik membeli produk dan memutuskan untuk menjadi pelanggan tetap yang loyal pada lily bakery.

Upaya yang digunakan oleh Lily Bakery untuk menarik konsumen dan mempertahankan pelanggan ialah dengan banyak cara dalam memasarkan produk.

Namun pada intinya, dalam melakukan pemasaran kita harus memperhatikan hal-hal seperti kualitas produk, harga dan keragaman produk.

Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahun-tahun secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Oliver (dalam Hurriyati, 2005:129)

Menurut Wihdya Utami (2016:58) Loyalitas Konsumen berarti kesetiaan konsumen untuk berbelanja di lokasi ritel tertentu. Berdasarkan beberapa dasar untuk mempertahankan keunggulan bersaing juga membantu menarik perhatian dan mempertahankan para konsumen yang loyal.

Kualitas produk sendiri sangatlah penting bagi suatu perusahaan. Kualitas produk merupakan faktor utama dalam perusahaan. Kualitas produk merupakan kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberikan kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Menurut Crosby 1997(dalam Na'in 2013) "kualitas produk adalah produk yang sesuai dengan yang diisyaratkan atau distandartkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standart kualitas yang telah ditentukan".

Harga merupakan nilai uang yang seseorang butuhkan untuk memperoleh sejumlah produk dan pelayanan (Harini:2008). Harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi tiap konsumen, tergantung karakteristik konsumen, situasi dan produk (Munir:2005:46). Dengan kata lain,

pada tingkat harga tertentu yang telah dikeluarkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya.

Keragaman produk merupakan keputusan mengenai kedalaman dan kelebaran keragaman produk, variasi dari setiap produk serta kualitas produk tersebut. disamping keragaman produk yang menunjukkan lebih banyak pilihan yang tersedia, kemungian terpenuhi kebutuhan pun lebih besar, sehingga para konsumen tidak perlu menghamburkan waktu dan tenaga untuk mencari produk yang diinginkan (Nugraha:2010). Dengan kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau dan keragaman produk yang banyak diharapkan dapat menarik konsumen serta membuat konsumen loyal terhadap perusahaan.

Kualitas Produk dan Harga sangat berhubungan dengan Loyalitas Pelanggan jika barang dan jasa dibeli cocok dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan atau loyalitas dan sebaliknya. Menurut Goestch dan Davis (2000:04) dalam Nurhayati 2011 menyatakan bahwa “kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang dihubungkan dengan barang dan jasa, manusia, proses dari lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut Tjiptono (2000:54) menyebutkan bahwa kualitas suatu produk dan harga memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta membutuhkan mereka. Selain Kualitas Produk dan Harga, faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan adalah Keragaman Produk. Banyak cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan, khususnya Lily Bakery dalam

mempertahankan dan meningkatkan kesetiaan pelanggannya. Salah satu caranya adalah ragam produk yang disediakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang dijual, karena dengan adanya macam-macam produk dalam arti produk yang lengkap mulai dari merk, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk. Sesuai dengan pendapat Swastha dan Irawan (2002:122) dalam Dwi Cahyono 2012, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah harga, penggolongan dan keragaman barang, lokasi penjual yang strategis dan mudah dicapai, desain fisik toko, service yang ditawarkan pada pelanggan, kemampuan tenaga penjual dan pengiklanan serta promosi di toko. Dengan adanya keragaman produk yang banyak maka akan memudahkan konsumen/pelanggan Lily Bakery dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka.

Memperhatikan keragaman produk perusahaan harus juga berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik, sebab pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Pelayanan harus diperhatikan karena dalam memilih suatu produk atau jasa konsumen selalu berupaya untuk memaksimalkan nilai yang dirasakan. Apabila konsumen merasa nilai yang dirasakan lebih tinggi daripada yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas dan cenderung akan loyal. Berikut Data Jumlah Konsumen pada Lily Bakery.

Tabel 1.1
Jumlah Konsumen Perbulan

Bulan	Jumlah Konsumen	Rata-rata pembelian/APC
Juni	12.482	38.680
Juli	12.210	48.804
Agustus	11.439	36.827

Sumber : Lily bakery 2016

Data diatas menjelaskan bahwa toko tiap bulanya mengalami penurunan yang sangat banyak, jika hal tersebut dibiarkan terus menerus maka akan mengakibatkan kerugian yang sangat besar. Dari penurunan yang terjadi bisa disebabkan karena masalah harga dengan loyalitas pelanggan. Jika harga yang dicantumkan tidak sesuai dengan kualitas produk maka akan membuat semakin turunnya loyalitas pelanggan, akan tetapi jika harga yang dilabelkan sesuai dengan kualitas produk maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga akan meminimalisir penurunan jumlah konsumen setiap bulannya. Dengan adanya permasalahan diatas peneliti tertarik untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk, harga dan keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Lily Bakery Lamongan. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Lily Bakery Lamongan”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Lily Bakery Lamongan ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Lily Bakery Lamongan?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Lily Bakery Lamongan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Lily Bakery Lamongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Lily Bakery Lamongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan Lily Bakery Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Memberikan masukan dalam melakukan perbandingan antara teori yang diperoleh pada waktu perkuliahan dengan fungsi nyata dilapangan.

2. Bagi Instansi Lily Bakery Lamongan

Sebagai bahan pertimbangan bagi Lily Bakery Lamongan dalam memecahkan masalah tentang pengaruh kualitas produk , harga dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan.

3. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan, pengetahuan maupun sebagai bahan penelitian selanjutnya.