

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era sekarang Indonesia sedang berada di tingkat revolusi industri 4.0 dimana sistem perdagangan mulai beralih menggunakan internet, dengan demikian pasar yang dapat di jangkau oleh pengusaha atau perusahaan semakin luas. Sehingga memberikan peluang besar untuk pengusaha atau perusahaan memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas, sebaliknya semakin banyak pula persaingan yang terjadi antar pengusaha atau perusahaan untuk dapat menarik perhatian pasar dengan produk yang mereka punya. Dan dalam industri 4.0 ini memberikan peluang bebas pula untuk pengusaha atau perusahaan asing dalam menjangkau pasar hingga ke pelosok negara dengan memasarkannya melalui internet. Sehingga muncul banyak persaingan dari beberapa perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan barang atau jasa yang tawarkan serta memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Berbagai cara dilakukan untuk mencapai tujuan dalam berbisnis, misalnya melalui penyediaan produk-produk inovasi yang dibutuhkan masyarakat, penyediaan layanan jasa dan lain sebagainya. Selain itu pelayanan juga dibutuhkan dalam menjalankan bisnis karena pelayanan memiliki peranan penting dalam menunjukkan suatu kualitas produk. Ketertarikan pelanggan terhadap setiap perusahaan bukan hanya dilihat dari penyediaan produk tetapi juga adanya pelayanan yang berkualitas.

Produk bukan hanya sesuatu yang berwujud (*tangible*) seperti makanan, pakaian, buku dan sebagainya, akan tetapi suatu produk juga merupakan

sesuatu yang tak berwujud (*intangible*) seperti pelayanan jasa. Konsumen bukan hanya membeli produk itu sendiri, tetapi pada intinya yang sebenarnya konsumen membeli manfaat (*benefit*) dari produk yang bersangkutan. Jadi perusahaan yang bijak akan menjual manfaat produk sekaligus produk itu sendiri untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk menjadi bahan pertimbangan masyarakat dalam memilih atau membeli suatu produk. Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik, maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi.

Untuk dapat mencapai tingkatan pelanggan merasa puas dan loyal, maka seorang pengusaha atau perusahaan wajib memiliki strategi pemasaran. Strategi pemasaran itu sendiri terdiri dari empat bauran pemasaran atau biasa dikenal dengan marketing mix, yang meliputi product, price, promotion dan place. Dari empat bauran pemasaran tersebut yang saat ini akan dibicarakan adalah tentang kualitas produk. Apabila suatu perusahaan akan mengeluarkan produk maka sebaiknya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan dilakukan riset pasar sebelum memproduksi produk tersebut agar dapat diketahui target pasar yang akan dituju dengan jelas. Dengan begitu maka produk tersebut akan dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan di pasaran.

Oleh karena itu terdapat ketertarikan untuk meneliti variabel-variabel tersebut pada perusahaan yang memproduksi wallpanel atau precast beton ringan sebagai alternatif pengganti batu bata konvensional. PT. Pancuranmas merupakan perusahaan bergerak dalam bidang penyediaan material bahan bangunan yaitu wallpanel atau precast beton ringan untuk dinding dalam bangunan. Dikenal

dengan merk wallplus dipasarkan dan telah digunakan untuk berbagai macam proyek pembangunan, mulai perumahan, mess karyawan, kostan, ruko, apartmen, hotel dan masih banyak lagi. Sebagai perusahaan penyedia material bahan bangunan tentunya wallplus memberikan kualitas layanan dan kualitas produk yang terbaik bagi konsumen. PT Pancuranmas Indo Sejati telah berdiri sejak tahun 2014 dan merupakan pelopor pertama yang memproduksi wallpanel atau panel dinding sebagai alternative pengganti bata konvensional di Indonesia. Dengan selalu menyesuaikan permintaan pasar dalam pembangunan proyek yang sedang maju pesat pada era saat ini dan mendorong pihak pelaksana proyek untuk dapat menyelesaikan pembangunan secepat mungkin. Sehingga produk wallplus memiliki orientasi pasar yang cukup luas.

Perusahaan selalu berusaha memenuhi kebutuhan konsumen, baik dalam segi pelayanan maupun kualitas produk. Oleh karena itu, perusahaan selalu mengembangkan inovasi yang berguna untuk memenuhi kepuasan konsumen khususnya kebutuhan konsumen dan kondisi lapangan agar dapat menimbulkan loyalitas pelanggan.

Demi untuk memenuhi kepuasan konsumen, PT. Pancuranmas Indo Sejati berinovasi dengan meluncurkan produk wallpanel dengan berbagai type ketebalan dengan dimensi yang sama pada setiap typenya. Seiring perkembangan di dunia pembangunan dan semakin meningkat kebutuhan pasar akan suatu percepatan pembangunan, maka saat ini banyak berdiri perusahaan dengan produk serupa, sehingga mendorong perusahaan untuk terus melakukan perbaikan kualitas layanan maupun kualitas produk.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa **“Dampak Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Precast Beton Ringan Melalui Kepuasan Pelanggan Di PT. Pancuranmas Indo Sejati”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan?
7. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, berikut ini tujuan dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian precast beton ringan.
4. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian precast beton ringan.
5. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian precast beton ringan.
6. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan.
7. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dalam pembelian wallpanel precast beton ringan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Selain sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Stie Mahardhika Surabaya. Diharapkan penelitian juga bermanfaat bagi:

1. Bagi manajemen perusahaan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perbaikan kualitas maupun pengembangan produk.
2. Bagi fakultas diharapkan penelitian dapat menambah kelengkapan hasil penelitian mahasiswa dan menjadi instrument pengembangan ilmu pengetahuan.

3. Bagi peneliti sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh selama mengikuti perkuliahan serta pengalaman dalam penulisan karya ilmiah.
4. Menjadi bukti empiris dan memberikan kontribusi dalam memperkaya penelitian terdahulu.
5. Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan referensi serta sumber informasi bagi penulisan karya ilmiah yang berhubungan dengan kualitas layanan, kualitas produk dan loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan

