

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia usaha yang sangat berkembang di Indonesia maka perusahaan besar dan usaha-usaha kecil juga sedang mengembangkan bisnisnya agar mampu bersaing dan memperluas jangkauan pemasarannya dalam era saat ini.

Pada era ini persaingan penjualan produk bermerk sudah tidak asing lagi, banyak perusahaan yang menjual produk atau jasa yang selalu mengikuti tren/uptodate, berkualitas dan tetap memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Dalam pemasaran produknya, perusahaan bersaing dengan cara menentukan Produk, menetapkan harga dan memperhatikan Pelayanan dan agar Konsumen loyal terhadap perusahaan tersebut.

Pemasaran merupakan bagian penting dalam suatu perusahaan karena berhubungan langsung dengan konsumen. Aktivitas pemasaran dalam perusahaan tentunya dipengaruhi oleh manajemen pemasaran. Oleh karena itu, manajemen merupakan hal penting yang memiliki peranan yang kuat dalam mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan tugas dari manajemen pemasaran itu sendiri adalah melakukan perencanaan mengenai bagaimana mencari peluang pasar untuk melakukan pertukaran barang atau jasa dengan konsumen. Selain itu, manajemen pemasaran mengimplementasikan rencana tersebut dengan cara melakukan strategi-strategi pemasaran untuk menciptakan dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan konsumen demi tercapainya tujuan perusahaan.

Produk berkualitas menjadi salah satu kunci sukses dalam membangun keunggulan perusahaan. Kegagalan produk atau cacat produk akan dapat merusak reputasi perusahaan sebagai produsen tetapi apabila perusahaan

sebagai reseller maka tidak akan berpengaruh terhadap perusahaan apabila perusahaan tersebut menerima pengembalian barang cacat atau retur tetapi semakin berkembangnya pengetahuan, perusahaan akan mengecek barang didepan konsumen saat pratransaksi agar tidak ada pengembalian barang atau retur pascatransaksi. Perusahaan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah sesuai dengan perkembangan trend saat ini.

Penetapan harga suatu produk atau jasa pada suatu perusahaan harus sangat diperhatikan karena harga merupakan gambaran kualitas produk atau jasa tersebut. Harga juga menjadi suatu pertimbangan konsumen dalam memilih dan memilah suatu produk atau jasa yang diinginkan dan harga sangat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Pelayanan berperan penting dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan kualitas pelayanan yang memuaskan, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan dari penjual memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan. Proses loyalitas konsumen bisa berubah atau dipengaruhi saat pratransaksi maupun pascatransaksi dengan melakukan pelayanan yang baik.

PT.Pangestu merupakan sebuah perusahaan ritel yang menjual bermacam-macam produk rumah tangga, perusahaan tersebut berlokasi di kota Pasuruan. Mulai berdiri pada 24 Oktober 2010. Perusahaan tersebut menyediakan produk pertamanya di kategori fashion perempuan dan anak-anak serta seragam sekolah hingga berkembang dengan menambahkan produk fashion pria lalu menambah varian produk berupa perabotan rumah tangga lain, perusahaan tersebut juga menerima permintaan konsumen apabila membutuhkan suatu barang akan tetapi tidak mampu untuk membayar secara kontan jika membeli

pada perusahaan lain karena perusahaan ini menyediakan pelayanan dengan membayar secara cicil dalam waktu 3 bulan.

Berkaitan dengan latar belakang di atas, maka perlu diteliti faktor-faktor yang mempengaruhi pada perusahaan tersebut. Sehubungan dengan adanya faktor-faktor tersebut yakni: Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Pelayanan yang dapat mempengaruhi Loyalitas Konsumen, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Pangestu di Pasuruan”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Pangestu?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Pangestu?
3. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Pangestu?
4. Apakah Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Pangestu?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Pangestu?
2. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Pangestu?
3. Untuk mengetahui apakah Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Pangestu?
4. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Pangestu?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek akademis

Untuk memberikan distribusi pengetahuan pemasaran tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.

2. Aspek teoritis

Untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian selanjutnya tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Loyalitas konsumen.

3. Aspek Empiris

- a. Untuk memberikan kontribusi pada PT.Pangestu dalam perbaikan bidang pemasaran untuk meningkatkan Loyalitas Konsumen.
- b. Memberikan kontribusi terhadap perusahaan lain tentang pengembangan pemasaran.