

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Katsu Fan Indonesia ialah satu dari berbagai nama perusahaan importir asal Jepang memasarkan produk Fan dan Blower dengan merk Katsu yang sampai saat ini dipercayai sebagai solusi dalam alat sirkulasi dalam bidang industri maupun rumah.

Katsu tidak hanya menjual produknya pada *user* saja kami juga membuka mitra *supplier* diberbagai toko disemua wilayah baik Jawa Timur, Jawa Tengah, Denpasar, NTT, NTB dan lain sebagainya karena banyaknya kebutuhan dan permintaan kami membuka jalur kemitraan atau kami menjadi *supplier* bagi toko-toko *fan, price* yang kita berikan pun berbeda dengan *user* selain itu diakhir tahun kami selalu memberikan bonus akhir tahun bagi para toko dengan melakukan penjualan terbanyak produk Katsu disertai purna jual, service serta garansi *sparepart*.

Banyaknya merk-merk baru dalam industrial fan yang muncul dilengkapi dengan spesifikasi dan harga kompetitif yang beredar dipasar masing-masing perusahaan. Langkah ini memang dilakukan persaingannya, pada saat ini sesuatu yang dapat dilakukan organisasi ialah untuk mengikuti klien-klien sudah setia menggunakan item ini, maupun mencoba keteguhan nan besar dalam organisasi diantara klien. Hal ini cenderung didapat yaitu, klien dengan ketabahan yang tinggi diandalkan untuk memiliki pilihan untuk membantu ketahanan dan kemajuan atau pengembangan organisasi. Klien setia pada umumnya akan terikat untuk melakukan pembelian di masa depan, meskipun dengan sengaja, dan pada umumnya siap untuk membujuk orang lain untuk

membeli produk tersebut, dan menyebarkan informasi hebat tentang produk tersebut kepada orang lain. Semua aktivitas klien yang teguh jelas dapat membuat komitmen besar terhadap daya dukung organisasi.

Melihat besarnya peran pengabdian klien dalam mendukung pencapaian organisasi dan ketahanan organisasi, penelitian tentang pengabdian klien menarik untuk dilakukan. Penelitian ini menggunakan obyek Fan atau Kipas merek Katsu, karena sampai saat ini Katsu merupakan salah satu merk yang dicari pada pasar industri, sehingga menarik peneliti untuk mengkaji secara ilmiah factor-factor apa yang mempengaruhi loyalitas tersebut. Untuk meyakinkan peggambaran tersebut, maka saya menciptakan ulasan yaitu **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN KATSU FAN INDONESIA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di kemukaan penulis diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pelanggan ?
2. Apakah Persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pelanggan ?
3. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasanpelanggan ?
4. Apakah Persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasanpelanggan ?
5. Apakah Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pelanggan ?

6. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan ?
7. Apakah Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Pelaksanaan suatu penelitian memiliki tujuan-tujuan tertentu yang ingin dicapai atau diketahui. Dalam tinjauan ini target yang ingin dicapai atau dirujuk yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi harga terhadap Loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi harga terhadap Kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi harga terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Kajian Penelitian

Kajian ini diandalkan untuk memberikan keuntungan yang menyertainya:

1. Untuk Perusahaan

Kajian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pemikiran, informasi dan dinamika. Untuk situasi ini, organisasi dapat menemukan elemen-elemen yang mempengaruhi loyalitas konsumen dengan barang-barang mereka, sehingga jika elemen-elemen ini ditingkatkan, itu

dapat diandalkan untuk membangun keandalan pada barang-barang yang diiklankan.

2. Untuk Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

Eksplorasi kajian ini diandalkan untuk membantu dan menjadi bahan referensi atau dibuat dalam penyelidikan tambahan dan dapat menambah tulisan STIE Mahardhika Surabaya.

3. Untuk Penulis

Pemeriksaan diinginkan dapat memberikan informasi yang informatif dan membuka peluang untuk pencipta untuk menerapkan informasi yang diperoleh selama rentang waktu bicara, pertama hipotesis dan potongan-potongan pengetahuan yang diidentifikasi pada keseharian.