

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, setiap perusahaan dihadapkan oleh persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan. Kunci utama perusahaan agar dapat memenangkan persaingan adalah memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan produk dan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing, apabila hal ini dapat tercapai maka pelanggan akan puas dan lebih jauh lagi akan membawa kepada loyalitas pelanggan.

Loyalitas merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dan menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Loyalitas konsumen adalah tersedianya konsumen untuk berlangganan terus di perusahaan dengan waktu jangka panjang, membeli dan menggunakan barang atau jasa dengan berulang dan suka rela merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada masyarakat atau konsumen (Nainggolan, 2022). Suatu bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, serta menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan selalu berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diberikan dan kualitas produk yang didapatkan sehingga perlu menjadi prioritas untuk setiap pengelola bisnis.

Dalam suatu perusahaan harus mempunyai berbagai strategi pemasaran yang tepat dan efektif, salah satunya dengan menghasilkan produk yang baik dan berkualitas serta memberikan pelayanan atau jasa yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggannya, perusahaan dapat menghasilkan produk dan pelayanan yang tepat sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan. Apabila perusahaan dapat menghasilkan produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan, diharapkan pelanggan akan merasa puas dan menjadi loyal. Strategi layanan merupakan yang hal paling penting untuk mempertahankan dan menarik pelanggan (Subaebasni et al., 2019).

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan. Arifin et al. (2019) menyatakan Ketika pelanggan merasa puas dengan suatu produk / layanan sejak pertama kali digunakan, maka akan berdampak signifikan pada loyalitas pelanggan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan kepada perusahaan semakin baik maka semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan maka kualitas pelayanan dapat tercapai. Sedangkan kualitas produk adalah sebuah kemampuan dari suatu produk dalam rangka melaksanakan sebuah fungsi yang meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan dari produk, ataupun sebuah atribut bernilai lainnya (Umami et al., 2019). Dengan adanya kualitas layanan dan kualitas produk yang baik maka pelanggan akan merasa terpuaskan dalam bertransaksi sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

PT. SGN Pabrik Gula Cinta Manis merupakan sub holding dari Holding Perkebunan PTPN III (Persero) yang mengelola seluruh pabrik gula yang ada dilingkungan PTPN Group. Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan perlu melakukan evaluasi kinerja secara berkala guna meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap pembelian gula di PT SGN Pabrik Gula Cinta Manis.

PT Sinergi Gula Nusantara menghasilkan gula yang bermerk Nusa Kita. Berdasarkan hasil wawancara yang telah saya lakukan kepada salah satu pelanggan dalam hal ini distributor masih banyak memiliki keluhan terkait kualitas produk seperti tekstur gula yang kasar dan basah yang berbeda dengan gula merk pesaing seperti gulaku dan PSM. Dari sisi kualitas layanan PT Sinergi Gula Nusantara Pabrik Gula Cinta Manis telah memberikan pelayanan yang cukup baik terhadap pelanggan. Tetapi terdapat beberapa keluhan yang dirasakan oleh pelanggan salah satunya ketika terjadi suatu masalah respon yang diberikan sangat lambat sehingga dapat menghambat aktivitas dari pelanggan. Hal inilah yang dapat mengakibatkan kurang puasnya pelanggan terhadap kinerja karyawan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan. Respon yang cepat dan solusi yang tepat dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dimediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan melakukan penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang lebih efektif. Berdasarkan pembahasan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul” **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kualitas Layanan di PT. SGN Pabrik Gula Cinta Manis**”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di PT SGN Pabrik Gula Cinta Manis?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kualitas Layanan di PT SGN Pabrik Gula Cinta Manis?

3. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT SGN Pabrik Gula Cinta Manis?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas Pelanggan di PT SGN Pabrik Gula Cinta Manis?

1.3 Tujuan

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah diungkapkan, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kualitas layanan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas Pelanggan.
4. Untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas Pelanggan.

1.4 Manfaat

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi peneliti, melainkan juga bagi pihak perusahaan, bagi pembaca dan pihak akademik atau peneliti selanjutnya.

1. Bagi peneliti, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dan dalam pengaplikasian teori yang telah diperoleh ke dalam dunia kerja nantinya.
2. Bagi perusahaan, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan baik bagi perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan

informasi serta wawasan.

4. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai kontribusi dalam pengembangan teori dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas produk memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT SGN Pabrik Gula Cinta Manis.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disajikan dalam beberapa bab, yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah dan pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka konseptual dan teoritis, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 11 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir.

BAB 111 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat tentang jadwal penelitian, data penelitian, definisi operasional variabel yang digunakan, konsep dan metode penelitian yang digunakan, metode pengumpulan data, teknik analisis data dalam penelitian.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil dari penelitian yang dilakukan di PT SGN Pabrik Gula Cinta Manis berdasarkan teori yang digunakan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini yang berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan agar penelitian ini akan lebih baik lagi.

