

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Bergeraknya wirausaha dibidang *supplier* yakni tersedianya sumber daya kebutuhan yang diperlukan pelanggan untuk memproduksi barang atau jasa tertentu. *Supplier* memiliki peranan yang penting dalam ketersediaan barang atau jasa bagi kelangsungan aktivitas produksi suatu perusahaan. Oleh karena itu pelanggan perlu bekerja sama dengan perusahaan yang bergerak pada bidang *supplier* atau perusahaan yang menyediakan kebutuhan pelanggan.

Beberapa yang mempengaruhi kinerja dan kualitas perusahaan dalam penilaian kualitas produk ialah keberadaan perusahaan *supplier* atau di sebut dengan perusahaan penyedia barang/jasa yang dibutuhkan pelanggan. Sehingga pemilihan *supplier* dalam sebuah perusahaan menjadi hal terpenting didalam penetapan keputusan yang perlu dilakukan oleh setiap pelanggan yang terlibat dalam kegiatan bisnis pelanggan tersebut. (Hasiani et al., 2021: 153)

Pemasaran merupakan salah satu tantangan utama bagi perusahaan yang bergerak pada bidang pengadaan atau penyedia barang/jasa. Perusahaan diwajibkan mendalami apa yang dibutuhkan oleh seorang pelanggan, mulai dari memberikan pelayanan terbaik sekaligus komitmen pemasar yang baik, dan strategi apa yang dijalankan oleh pesaing diluar sana. Oleh karena itu peran suatu perusahaan sangat penting untuk selalu dapat memuaskan pelanggan. Selain penting bagi kelangsungan

suatu perusahaan hal yang penting dalam memuaskan pelanggan ialah dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan bagi perusahaan itu sendiri. Didalam hal ini tiap perusahaan diperlukan memperhatikan faktor penting dalam kualitas produk dan kualitas pelayanan agar tetap dapat bertahan dalam kompetisi yang ketat ini.

Kualitas produk ialah faktor yang dipergunakan pemasar atau biasa disebut penyedia untuk menentukan posisi atau kelayakan produknya pada pasar (Amilia, 2017: 663) dan kualitas produk sendiri ialah penilaian produk/jasa yang relevan dengan harapan atau bisa melampauinya dan produk/jasa itu bisa mencukupi kepuasan pelanggan. Bila pelanggan menilai baik kualitas produk, kemungkinan pelanggan terus menerus menjadikan dirinya sebagai pelanggan setia didalam jangka panjang. Tentunya ini bisa menimbulkan pelanggan pindah hati ke produk rival yang dipikir bisa lebih baik dalam pemenuhan harapannya.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga haruslah diberikan dengan sebaik mungkin. Kualitas pelayanan sebagai tingkatan unggulnya yang diinginkan dan pengawasan tingkatan unggulnya tersebut guna memenuhi harapan pelanggan (Lesmana, 2019: 118). Selain itu kualitas pelayanan satu tujuan akan upaya memenuhi keinginan pelanggan dan tepat sasaran dalam menyampaikannya guna menyeimbangkan keinginan pelanggan. Memberi kualitas pelayanan terbaik maka perusahaan pastinya akan memperoleh *feedback* pelanggan yang baik pula.

Perusahaan berupaya memaksimalkan kualitas produk dan kualitas pelayanan dikarenakan hal tersebut berdampak terhadap loyalitas pelanggan. (Sabeli, 2020: 31) loyalitas pelanggan berkonsekuensi motivasi, persepsi, dan tingkahlaku. Pertama

motivasi guna mencari informasi terkait kualitas produk, *brand*, atau distributor alternatif makin menurun semenjak meningkatkan cerita hidup, pembelajaran, rasa puas saat membeli lagi pada pelanggan. Kedua, pelanggan dengan kuatnya komitmen atas obyek tertentu dipastikan berkonsistensi saat membeli lagi. Ketiga loyalitas pelanggan juga memberi dampak pada *word of mouth behavior*, terutama jika pelanggan merasa emosional yang signifikan.

PT Global Aluminium Asia yakni perusahaan bergerak dibidang *supplier* material aluminium, pertama didirikan pada tahun 2015 dengan misi untuk menjadi perusahaan yang mengajak para pelanggan untuk maju bersama dan menguasai pasar material aluminium di kota Batam. Saat ini PT Aluminium Asia mencapai sebanyak 120 pelanggan.

Kesetiaan pelanggan dianggap aset terpenting bagi perusahaan. Dengan kehadiran pelanggan setia, perusahaan sangat mudah saat membuat penentuan ketetapan hubungannya dengan aktivitas produksi tanpa mengkhawatirkan produk yang tidak terjualkan. Namun tak keseluruhan perusahaan diharuskan rela melepas pelanggannya pindah haluan pada produk/jasa dari perusahaan lain karena ketidakmampuannya dalam memenuhi apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Demikian pula pada PT Global Aluminium Asia belakangan ini, *supplier* aluminium mengalami penurunan kelayaitasan pelanggannya yang ditandai dengan terjadinya penurunan jumlah pembelian produk. Sepanjang beberapa tahun belakangan ini total pembeli tingkat prioritas berfluktuatif dan tak sama sekali menandakan terjadi kenaikan bahkan bisa dinyatakan terjadinya penurunan. Hal ini

jelas menandakan terjadinya penurunan loyalitas pelanggan pada PT Global Aluminium Asia.

Beberapa permasalahan yang terjadi pada PT Global Aluminium Asia terkait kualitas produk. Berikut data kualitas produk pada PT Global Aluminium Asia.

**Tabel 1.1** Data Retur Produk PT Global Aluminium Asia

<b>No</b>	<b>Bulan (2020)</b>	<b>Persediaan Awal</b>	<b>Retur Penjualan</b>
1	Juli	15.980	44 <i>item</i>
2	Agustus	15.700	67 <i>item</i>
3	September	15.750	88 <i>item</i>
4	Oktober	15.997	93 <i>item</i>
5	November	14.770	121 <i>item</i>
6	Desember	15.860	137 <i>item</i>

**Sumber** : Manajemen PT Global aluminum Asia, 2020

Berdasarkan tabel 1.1, retur penjualan mulai bulan Juli – Desember 2020 terus mengalami kenaikan dari persediaan awal. Hal ini disebabkan karena banyaknya produk gagal yang ditemukan oleh pelanggan Sehingga menunjukkan kualitas produk pada PT Global Aluminium Asia mengalami penurunan.

Selain kualitas produk, perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan pelanggan yaitu dalam hal kualitas pelayanan yang dimana pelanggan butuhkan adalah diberikan baiknya layanan serta menimbulkan rasa puas hingga mendapatkan loyalitas dari pelanggan tersebut. Berdasarkan diperoleh data bulan Juli – Desember 2020 menunjukkan komplain akan kualitas pelayanan pada PT Global Aluminium Asia.

**Tabel 1.2** Komplien Pelayanan PT Global Alumnnium Asia

No	Bulan (2020)	Jumlah Komplen
1	Juli	52
2	Agustus	58
3	September	62
4	Oktober	68
5	November	72
6	Desember	79

**Sumber** : Manajemen PT Global aluminum Asia, 2020

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan data komplen kualitas pelayanan PT Global Aluminium Asia pada tahun 2020 mulai dari bulan Juli sebesar 52 komplen, pada bulan agustus meningkat menjadi 58 komplen, bulan september meningkat menjadi 62 komplen, pada bulan oktober meningkat menjadi 68 komplen, pada bulan november meningkat menjadi 72 komplen, dan desember meningkat menjadi 79 komplen. Maka dapat dilihat komplen pada kualitas pelayanan PT Global Aluminium Asia meningkat setiap bulannya meningkat secara signifikan. Hal ini menandakan menurunnya kualitas pelayanan hingga bisa berdampak pada kurang puasnya pelanggan akan layanan dan berpindah pada kompetitor lainnya. Komplen pada kualitas pelayanan sering terjadi dikarenakan kurangnya penyampaian produk yang dilakukan sales atau marketing saat dilapangan, seperti keterlambatan penyampaian informasi pada harga produk yang mengalami kenaikan, kurangnya persediaan barang atau produk dan kurangnya informasi dari pihak perusahaan kepada pelanggan jika persediaan barang sudah kosong.

Karena tingginya retur penjualan produk dan komplen atas pelayanan pada PT Global Aluminium Asia, maka kedua hal tersebut mengakibatkan penurunan omset penjualan. Terlampir data omset penjualan dari bulan juli sampai desember dibawah

ini.

**Tabel 1.3** Omset Penjualan PT Global Aluminium Asia

No	Bulan (2020)	Omset Penjualan
1	Juli	Rp 4.580.789.000
2	Agustus	Rp 4.282.890.000
3	September	Rp 4.118.500.000
4	Oktober	Rp 3.989.852.000
5	November	Rp 3.799.350.000
6	Desember	Rp 3.487.879.000

**Sumber** : Manajemen PT Global aluminium Asia, 2020

Keberlanjutan perusahaan yang berpindahnya pelanggan ke pesaing tentunya tak mudah menstabilkan penjualan sebab diharuskan untuk menemukan pelanggan yang baru. Terutama perusahaan yang bergerak dibidang *supplier* aluminium dimana dibidang ini perusahaan dituntut supaya mempunyai kecakapan saat menawarkan produknya dengan harga terjangkau namun memiliki kualitas produk sesuai keinginan bahkan lebih. Informasi keluhan pelanggan sepanjang setahun terakhir dipenuhi oleh pelanggan terkait kualitas produk dan pelayanan, hal ini menandakan rasa tidak puasnya pelanggan pada produk dan pelayanan *supplier* aluminium pada PT Global Aluminium Asia.

Dengan adanya permasalahan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan PT Global Aluminium Asia telah mengalami penurunan dan perlu dievaluasi mengenai masalah diatas agar loyalitas pelanggan pada perusahaan dapat meningkat. Untuk itu peneliti akan melanjutkan penelitian pada perusahaan tersebut.

Dari latar belakang yang dijabarkan, penulis terdorong melangsungkan penelitian berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS**

## **PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT GLOBAL ALUMINIUM ASIA”**

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Melihat pada penjelasan sebelumnya, dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi pada PT Global Aluminium Asia, sebagai berikut:

1. Cukup banyak produk gagal yang ditemukan oleh pelanggan.
2. Kurang informasinya perusahaan kepada pelanggan.
3. Penurunan loyalitas pelanggan PT Global Aluminium Asia.

### **1.3. Batasan Masalah**

Untuk meminimalisir waktu dan biaya, maka perlu dilakukan pembatasan masalah guna penjabaran lebih tersistematis dan terjadi penjabaran yang tidak meluas, maka penelitian ini akan lakukan pembatasan pada Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Aluminium Asia. Objek penelitian ini akan dibatasi pada kegiatan yakni :

1. Variabel penelitian ini ialah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan (variabel *independent*), dan Loyalitas Pelanggan (variabel *dependent*).
2. Objek penelitian ini ialah PT Global Aluminium Asia.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang terlampir, perumusan masalah dalam penelitian ini yakni :

3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Aluminium Asia ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Aluminium Asia ?
5. Apakah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Aluminium Asia ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasar perumusan permasalahan yang telah diuraikan menghasilkan tujuan yang diinginkan tercapai guna mendapatkan pengarah dan informasi yang tepat dan menggunakan perlengkapan analisis data, tujuannya ialah :

6. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Aluminium Asia.
7. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Aluminium Asia.
8. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Aluminium Asia.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Guna mendukung teori yang diperoleh penulis dan menjunjung penelitian terdahulu menyangkut variabel yang diteliti, dan di harapkan memperluas wawasan

pengetahuan serta memerikan manfaat bagi dunia pendidikan. Penelitian ini diandalkan bisa memerikan manfaat dalam hal perluasan ilmu manajemen, terutama manajemen pemasaran, melampaui pendekatan dan metode yang dipakai, terutama pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Diharapkan juga penelitian ini bisa menjadikan literatur dan acuan penelitian berikutnya.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Ditemukannya manfaat untuk memberi tambahan teori pendukung untuk peneliti kedepan yang hendak mengangkat judul penelitian dengan variabel yang sama serta untuk menambah wawasan dan informasi sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Diharapkan menjadi ladang ilmu pengetahuan yang didapati serta mumpuni diaplikasikan di dunia kerja.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Guna meningkatkan informasi dalam pandangan serta kajian dalam penelitian.

3. Bagi perusahaan

Diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi manajemen perusahaan agar memberikan perhatian dalam hal kualitas produk dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga akan berdampak pada loyalitas pelanggan yang optimal.

4. Bagi Universitas

Diharapkan menjadi sumber ajaran dan kepustakaan bagi yang terdorong melangsungkan penelitian dengan variabel serupa.