

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan manusia atas barang dan jasa saat ini sangatlah beragam, seperti kebutuhan wajib akan pangan ataupun kebutuhan lainnya seperti pembelian barang-barang yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadikan tersedianya produsen yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan akan hal tersebut, namun untuk dapat berada pada titik memproduksi suatu barang atau produk, dibutuhkan banyak hal yang haruslah terpenuhi, seperti R&D, modal, surat izin, dan persaingan yang harus dihadapi kelak. Maka dari itu, alternatif lain yang dapat dilakukan untuk menyediakan barang atau produk tersebut ke Masyarakat ialah dengan membeli lalu menjual kembali produk dengan cara *retail* ataupun grosiran.

Bisnis *retail* atau grosir umumnya mencakup banyak pemenuhan kebutuhan, namun terbagi ke empat jenis, yaitu konsumsi atau pangan, alat-alat rumah tangga (*housewares*), dan kebutuhan lainnya, seperti bangunan. Dengan banyaknya bisnis serupa, maka persaingan pun tak terelakan, salah satunya pada Toko bangunan atau sebuah tempat di mana pelanggan dapat membeli segala kebutuhan bangunan, mulai dari kayu, besi, beton, triplek, paku, dan lain-lain. Keunggulan dari tempat, harga, ataupun pengetahuan akan pangsa pasar yang tepat tentunya akan memenangkan persaingan akan bisnis serupa. Tantangan yang harus dihadapi setelah berhasil menarik perhatian pelanggan, ialah dengan menjaga kesetiaan pelanggan agar menjadi pelanggan tetap atau memastikan bahwa pelanggan akan

melakukan pembelian ulang (*repetitive order*), yang umumnya disebut sebagai loyalitas pelanggan (Noviarita, 2021:14).

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam keberhasilan suatu kegiatan bisnis, karena pelanggan yang setia tentunya telah memiliki kepuasan dan akan melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang, pelanggan ini juga dapat memberikan impresi yang baik bagi pelanggan baru lainnya dan banyaknya pelanggan yang setia memberikan indikasi dalam suatu bisnis untuk dapat dipercaya untuk melakukan transaksi jangka panjang. Loyalitas pelanggan tidak dapat tercipta secara instan dan membutuhkan proses dan beberapa hal lainnya yang haruslah dipenuhi, seperti kualitas dari produk yang dijual, daya tarik yang ada di toko tersebut dan kegiatan promosi yang dilakukan agar dapat menarik pelanggan(Sudarsono, 2020:16).

Kualitas produk memiliki peran penting khususnya pada bisnis atau toko yang memperjual belikan barang. Memastikan suatu barang yang dijual tidak bersifat *defect* atau *reject* ialah hal yang dapat dilakukan untuk mencegah pengembalian barang, serta penyediaan garansi toko juga turut membantu ketika terdapat kerusakan internal yang tidak dapat dideteksi saat *quality checking* oleh pegawai toko. Selain kondisi dari produk, menghindari produk palsu atau berkualitas rendah juga perlu dihindari, walaupun dengan menggunakan produk berkualitas rendah, harga yang diberikan lebih murah, namun barang yang cepat rusak atau produk berkualitas buruk memberikan impresi yang buruk juga dan akan mencegah adanya pembelian ulang di masa yang akan datang (Inna *et al.*, 2021:39).

Daya tarik suatu kegiatan bisnis selalu dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap. Salah satunya ialah dengan mengenalkan produk dan toko ke pelanggan seperti memanfaatkan media sosial atau mendaftarkan toko di google maps agar dapat lebih dikenal dan dijangkau oleh calon pelanggan. Daya tarik bahkan dapat terlihat dalam penggunaan logo ataupun nama dari toko, ditambah dengan lokasi yang strategis dan pangsa pasar yang tepat. Kurangnya daya tarik akan membuat pelanggan tidak familiar terhadap keberadaan dari toko tersebut dan sifat pelanggan yang memiliki preferensi untuk melakukan pembelian di suatu tempat yang tidak asing, secara langsung akan mengurangi pendapatan toko tersebut (Tjiptono, 2019:46).

Suatu kegiatan usaha sangat lekat dengan kegiatan promosi guna menarik pelanggan dengan memberikan keuntungan atau kelebihan tertentu yang akan terlewatkan jika pelanggan tidak melakukan transaksi di toko itu atau melakukan transaksi di waktu/periode tertentu. Promosi dalam lingkup jual-beli, umumnya memiliki bentuk tambahan item setelah melakukan pembelian tertentu atau promosi terkait hari raya dan juga promosi terkait cuci gudang. Promosi juga dapat dilakukan dengan melakukan pemasangan reklame di tempat strategis, namun jika penempatannya kurang tepat, maka pesan yang disampaikan akan kurang optimal (Firli Musfar, 2020:8).

Harapan Jaya merupakan toko material bergerak di bidang penjualan ritel yang beralamatkan di Dapur 12 Batam. Hal menarik yang ditawarkan Toko Bangunan Harapan Jaya adalah variasi dan persediaan barang yang lengkap. Selain itu Toko Bahan Bangunan siap melayani jasa konsultasi bagi pelanggan yang ingin

mengetahui kebutuhan bahan bangunan karena yang sering menjadi kendala ketika akan mendirikan bangunan, customer kesulitan menghitung bahan bangunan. Dengan adanya kendala tersebut, Toko Bangunan Harapan Jaya siap memberikan solusi dengan menyediakan jasa konsultasi. Selain bidang ritel, Toko Bangunan Harapan Jaya juga bergerak di bidang Perdagangan Umum. Lingkup kegiatan usaha dalam bidang ini meliputi kegiatan supply bahan *consumable* untuk kebutuhan pabrik.

Kualitas produk pada Harapan Jaya sangat diperhatikan terutama pada material yang mudah rusak, seperti semen ataupun bahan material import. Selain memerhatikan penyimpanan persediaan. Harapan Jaya juga perlu memperhatikan bagaimana kualitas tetap terjaga selama distribusi dilakukan, mengenal produk bahan bangunan memiliki berat yang tidaklah ringan, yang ketika tidak di-*handle* dengan tepat, ditambah kualitas yang buruk, maka kerusakan tentunya tidak dapat dihindari.

Tabel 1.1 Frekuensi Pengembalian Barang Pada Harapan Jaya Dapur 12 Batam Tahun 2022

Tanggal	ID	Barang	Alasan
07-01-22	CKY_A05	Mowilex Acrylic Gloss Ename	Menggumpal
19-01-22	SMN_A02	Semen Tiga Roda	Hilang
30-01-22	SMN_C05	Semen SCG	Keras
09-02-22	BJR_T51	Reng Baja Ringan 28.45	Penyok & Korosi
01-03-22	LED_P12	Philips LED 12W	Kerusakan dlm Garansi
15-03-22	LED_N07	Nexus LED 7 Watt	Kerusakan dlm Garansi
19-03-22	CTB_B01	Belmont Metallic Paint	Kering
21-03-22	HBL_B01	Hebel	Pecah
08-04-22	CTB_J02	Jotun Jotaplast Pth	Kering
09-04-22	LPR_P24	Lampu Philips Bvp343	Kerusakan dlm Garansi
10-04-22	SMN_B01	Semen Bosowa	Bubuk Menggumpal
15-04-22	SMN_F03	Semen Andalas	Bubuk Menggumpal
17-04-22	LED_N09	Nexus LED 7 Watt	Kerusakan dlm Garansi

19-04-22	LED_H02	Hannochs LED 9 Watt	Kerusakan dlm Garansi
13-05-22	DRL_F20	Gsb 500 Re	Torsi Lemah
29-05-22	ASB_J01	Asbes Gelombang 150 X 105 mm	Patah
03-06-22	BJR_T02	Kaso Baja Ringan C75.70	Penyok
10-07-22	ASB_BP1	Asbes Bening Puso 150 X 80 mm	Sobek
21-07-22	LED_N08	Nexus LED 7 Watt	Kerusakan dlm Garansi
28-07-22	SMN_A02	Semen Tiga Roda	Kemasan Bocor
29-07-22	LKY_E01	Ethyl Cyanoacrylate	Kering
06-08-22	BJR_A01	Kaso Baja Ringan C75.65	Penyok
21-09-22	CKY_D02	Biovarnish Wood Stain	Kering
26-09-22	CKY_G01	Kansai Paint Ftalit	Kering

Sumber: Data pengembalian barang toko bangunan Harapan Jaya

Pada Tabel 1.1 ditunjukkan bahwa terjadi return atau pengembalian pada beberapa produk terjual yang disebabkan oleh kerusakan produksi ataupun kecacatan produk yang disebabkan oleh penyimpanan yang kurang baik ditambah dengan kualitas produk yang cepat rusak. Pengembalian juga banyak terjadi di bulan April dan produk yang sering dikembalikan ialah semen dengan empat kali pengembalian yang disebabkan oleh pengumpalan bubuk akibat kelembapan yang kurang dijaga dan lampu LED yang juga dengan retang empat kali pengembalian akibat kualitas produk cepat rusak. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan dan pemeliharaan produk harus diperhatikan Harapan Jaya agar menjaga kualitas produk yang dijual.

Harapan Jaya memiliki daya tarik tersendiri diantara pesaingnya, yaitu kelengkapan variasi dan persediaan barang yang lengkap mencakup ke ratusan merek dan puluhan jenis produk. Selain itu Harapan Jaya siap juga dapat melayani jasa konsultasi bagi pelanggan yang ingin mengetahui kebutuhan bahan bangunan. Hal ini guna mendekatkan diri kepada pelanggan dan dapat mengetahui kebutuhan serta pendalaman akan latar belakang pelanggan sehingga Harapan Jaya dapat

mengetahui preferensi pelanggan. Namun metode penjualan dan pelayanan yang dilakukan Harapan Jaya ialah melayani *by-behind the desk* yang artinya pelanggan hanya dituntut untuk menunggu di kounter sementara petugas memperlihatkan katalog dan produk yang disediakan, namun ketika pelanggan merasa ragu, barulah petugas membawa pelanggan ke bagian penyimpanan dari Harapan Jaya. Metode ini tentunya kurang dapat menarik perhatian pembeli akan produk lainnya. Interior yang sempit dan sesak juga ikut memperburuk keadaan yang tentunya akan membuat pengalaman berbelanja menjadi berkurang.

Pendekatan lain yang dilakukan untuk mencakup calon pembeli ialah melalui promosi, kegiatan promosi yang dilakukan Harapan Jaya selain dengan memasang spanduk di jalan utama tanpa melakukan promosi di media sosial ataupun secara daring, Harapan Jaya juga menyediakan pembelian tambahan berupa produk yang umumnya ialah stok lama ataupun produk yang kurang diminati namun tetap relevan, seperti pemberian bonus tambahan batu bata/hebel ataupun pemberian ekstra cat sekaligus sampel gratis untuk pembelian beberapa sak semen. Promosi penjualan pada Harapan Jaya membutuhkan pembelian yang tidak sedikit, menjadikan hanya beberapa pelanggan yang dapat memanfaatkan promosi tersebut, walaupun promosi yang dilakukan lebih untuk ke harapan dalam melakukan pembelian lainnya dan bukan untuk mengapresiasi kelayakitan pelanggan.

Bisnis retail dengan material dan bahan bangunan sebagai produk penjualannya cukup mudah untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan dikarenakan intensitas jual-beli pada suatu individu tidak lebih dari dua hingga tiga kali perminggu, sehingga ketika pelanggan mendapatkan impresi yang baik akan

produk yang dibeli, maka pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang (Tjiptono, 2019). Namun, retail jenis ini juga mudah untuk kehilangan pelanggan karena banyaknya persaingan dan pelanggan akan mencari alternatif lain ketika ia mendapatkan produk yang memiliki kualitas yang buruk.

Tabel 1.2 Frekuensi Pembelian Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam ahun 2022

Pelanggan	Jan-22	Feb-22	Mar-22	Apr-22	May-22	Jun-22	Jul-22	Aug-22	Sep-22
Cash	462	441	324	374	275	230	195	289	244
Ardiyatno	-	-	-	-	-	4	12	12	7
As_Symbolon	7	6	8	9	3	11	9	0	10
Bpk_Kel	2	8	10	12	-	-	-	-	-
Gr_Grace	4	2	8	8	12	3	5	8	2
Gr_Royal	7	3	3	10	8	8	3	7	8
Long_eim	-	-	5	4	4	8	-	-	-
Pr_Kabel.6	5	5	12	9	6	12	9	2	11
Pr_Makmur	7	6	4	7	6	8	7	12	10
Pr_TB	4	2	6	12	9	11	2	3	7
Tk_Bundalim	12	5	6	1	9	10	12	11	8
Tk_Sentosa	5	11	8	3	11	11	3	3	11
Tk_Tusliman	3	5	3	6	4	5	10	7	3
Tk_Podomo	11	12	5	10	12	12	12	10	9
Tk_Margaulun	14	11	12	7	3	12	12	7	11
Wijanarko	3	-	6	9	5	10	-	-	9
Win_Sukri	3	6	-	8	5	-	9	11	5

Sumber: Data penjualan toko bangunan Harapan Jaya

Terlihat pada tabel 1.2 bahwa pembelian melalui metode cash atau pembelian non-langgan mengalami penurunan dari tahun ke tahun, sedangkan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan mengalami fluktuatif namun tetap melakukan pembelian berulang-ulang. Penurunan ini menunjukkan bahwa tingkat pembelian

yang dilakukan pelanggan, terlepas dari pembelian ulang ataupun pembelian perdana, wajib diperhatikan oleh Harapan Jaya agar pemasukan tetap terjaga dan pelanggan tetap loyal dalam melakukan pembelian di Harapan Jaya.

Permasalahan yang telah disebutkan diatas, membuat penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasar latar belakang persoalan, hingga pertanyaan studi ini yakni:

1. Kualitas produk yang sulit untuk dijaga karena bahan dan material yang mudah rusak.
2. Daya tarik yang dilakukan kurang menyeluruh dan kurang efektif dalam menarik perhatian pelanggan
3. Pelayanan *by-behind-the-desk* kurang memuaskan pelanggan
4. Persyaratan dalam mendapatkan keuntungan promosi yang sulit dan membutuhkan pembelian yang banyak
5. Kurangnya promosi yang dilakukan menggunakan media sosial atau daring.

1.3. Batasan Masalah

Berlandaskan pada identifikasi yang telah diuraikan, penulis perlu membatasi masalah-masalah untuk menghindari pembahasan yang meluas dalam meneliti sebagai berikut :

1. Objek dari studi ini yaitu pelanggan Harapan Jaya

2. Kualitas Produk yang diteliti merupakan kualitas produk material dan alat-alat bangunan yang di jual di Harapan Jaya.
3. Pelanggan yang dijadikan responden ialah pelanggan yang melakukan pembelian pada tahun 2022

1.4. Rumusan Masalah

Berdasar rumusan persoalan, hingga maksud dari studi ini yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh dari Kualitas Produk secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam ?
2. Bagaimanakah pengaruh Daya Tarik secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam ?
3. Bagaimanakah pengaruh Promosi secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam ?
4. Bagaimanakah pengaruh dari Kualitas Produk, Daya Tarik dan Promosi secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam ?

1.5. Tujuan Penelitian

Dalam studi ini adapun maksud yang dilakukan yakni untuk menganalisis:

1. Pengaruh dari Kualitas Produk secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam.
2. Pengaruh Daya Tarik secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan manfaat untuk para pembaca, baik secara teoritis ataupun praktis :

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Bagi Peneliti, Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan ilmu serta wawasan lebih secara mendalam terhadap apakah Kualitas Produk, Daya Tarik, dan Promosi dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.
2. Bagi Pembaca, Penelitian ini dapat dipergunakan untuk penelitian lanjutan sebagai bahan referensi terlebih mengenai pengaruh dari Kualitas Produk, Daya Tarik dan Promosi atas Loyalitas Pelanggan. Penelitian juga diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pembaca dalam menentukan topik penelitian selanjutnya.
3. Bagi Universitas Putera Batam, Hasil dari studi ini diharapkan mampu digunakan oleh peneliti selanjutnya di Universitas Putera Batam sebagai acuan dalam penelitian dan juga menambah karya ilmiah di Universitas Putera Batam.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Harapan Jaya Dapur 12 Batam, Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana sebagai bahan pertimbangan untuk memaksimalkan pendapatan toko retail, utamanya pada keputusan yang berhubungan dengan Kualitas Produk Daya Tarik dan Promosi barang atau produk yang diperjualbelikan.

2. Bagi Masyarakat, Hasil dari penelitian ini memberi pengetahuan tentang bagaimanakah pengaruh dari suatu Kualitas Produk Daya Tarik, dan Promosi dari toko bangunan dapat mempengaruhi loyalitas dalam pelanggan dalam melakukan pembelian.