

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saling bersaingnya dikalangan pebisnis menjadi makin ketat di era globalisasi ini, semua di karenakan bisnis saat ini telah meluas melalui berbagai platform seperti *market place*, media sosial dan sebagainya. Hal ini menjadi motivasi setiap perusahaan dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat berkompetisi dalam kalangan bisnis, salah satunya adalah perusahaan yang bergerak pada segi distribusi. Tanpa kita sadari, distribusi sering kita jumpai dikegiatan sehari-hari karena setiap barang atau produk yang di produksi memerlukan kegiatan penyaluran dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Perusahaan diwajibkan mampu menyediakan baiknya kualitas pelayanan terhadap pelanggan serta fasilitas didalam pemenuhan kepuasan konsumennya. Pebisnis memerlukan untuk tau terkait hal yang bisa memengaruhi kemauan konsumennya dalam membeli produk/jasa dan langkah mempertahankan hubungannya dengan konsumen agar dapat di jadikan konsumennya yang mempunyai kelayaitasan pada perusahaannya. Dengan menjadikan perusahaan yang memiliki fokus pada konsumennya, merupakan alternatif yang strategis bagi perusahaan serta kalangan bisnis untuk bertahan dalam lingkungan ekonomi yang sedang tren seperti persaingan yang ketat, perubahan demi perubahan dan kualitas hidup yang semakin menuntut.

Loyalitas ialah perjanjian yang tulus yang di pegang oleh pelanggan didalam berlangganan atas produk/layanan yang di sukai, meski adanya keadaan atau dampak dari usaha pemasaran yang menyebabkan beralihnya pelanggan. Loyalitas pelanggan ialah motivasi berupa tindakan didalam membangun loyalitas dengan membeli langsung secara berulang kali atas sesuatu produk/jasa yang di hasilkan sebuah perusahaan.

Loyalitas pelanggan ialah suatu hal terpenting yang dijalankan agar senantiasa menjaga kesetiaan dan kepuasan pelanggan terhadap penggunaan jasa perusahaan. Hal tersebut dinyatakan, sebab loyalitas pelanggannya ditunjukkan melalui rasa setia pelanggannya didalam mengonsumsi produk/jasa dengan membeli produk secara berulang (Herokholiqi & Sidhi, 2018). Cukup krusial untuk perusahaan didalam mempunyai pelanggan loyal terhadap produk/jasa yang dimiliki. Hal ini dapat dinyatakan bahwa loyalitas pelanggan sama dengan keuntungan, dimana apabila perusahaan menjaga loyalitas pelanggan, maka pendapatan perusahaan dapat meningkat. Sebaliknya, jika kehilangannya pelanggan yang loyal tentunya menjadikan sesuatu hal yang mendatangkan kerugian bagi perusahaannya, sebab diharuskan menemukan pelanggannya yang lain didalam menggantikan pelanggannya yang hilang.

Keragaman produk adalah aspek yang diharuskan dipertimbangkan oleh sebuah perusahaan. Dengan terdapatnya perkumpulan produknya yang tepat bisa membuat calon konsumennya berbelanja, sehingga memudahkan perusahaannya didalam meraih misinya. Beragamnya produk menjadi perkumpulan produk/jasa yang di tawarkan penjual dengan harganya yang relatif murah (Masrokhah &

Suciningtyas, 2019)

Keragaman produk dalam suatu perusahaan juga merupakan hal yang harus diperhatikan, dikarenakan banyaknya perkembangan di setiap bidang usaha selama periode ini. Dengan demikian, situasi ini dihadapi oleh banyaknya pesaing yang muncul, sehingga setiap pelaku usaha perlu mengembangkan strategi pemasaran. Salah satunya ialah menawarkan beraneka ragam produk/pilihan alternatif (Permana, 2017). Keragaman produknya yang bermacam-macam dengan diberikannya jaminan atas kualitasnya menimbulkan ekspektasi konsumen atau minat pelanggan dalam menerima penawaran usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Khoiriah, 2017).

Yang dimaksud kualitas produk adalah ketika pelanggan merasa puas dan menerima kondisi produk yang diterima atau menganggap produknya berkualitas tinggi disaat produknya bisa mencapai ekspektasi pelanggannya. Sebaliknya, apabila ekspektasi pelanggannya tak bisa dicapai maka pelanggan cenderung akan dianggap produknya tersebut berkualitas rendah. Dengan demikian, kualitas produk bisa di definisikan kemampuannya didalam mencapai kebutuhannya serta ekspektasinya para pelanggan (Sidi, 2018).

Kualitas produk ialah faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggannya. Kualitas produk merupakan kesanggupan produknya didalam mendistribusikan manfaatnya, meliputi kehandalan, ketepatan, ketahanan, kemudahan pengoperasian, memperbaiki serta keunikannya yang lain (Amaranggana & Rahanatha, 2018).

Saluran distribusi merupakan jembatan diantara pembeli dengan penjual yang di lalui dengan berpindahnya produk ke konsumen (Yulianti & Nasution, 2020). Saluran distribusi ialah kelompok organisasi yang bersangkutan serta berkaitan didalam membuat produk/jasa yang dibuat agar di konsumsi (Rezeki et al., 2021).

PT Startmara Pratama adalah perusahaan yang didirikan oleh Iskandar pada tahun 1993, perusahaan ini bergerak dalam distributor kebutuhan sembako seperti indomie, minyak goreng, mentega, beras. PT Startmara Pratama terletak di *Cammo Industrial Park* Blok G No. 1, Kota Batam. Dalam dunia persaingan usaha yang begitu erat, kualitas produk yang dimiliki perusahaan menjadi unsur yang begitu penting untuk menjadi pesaing yang baik.

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan PT Startmara Pratama Periode 2019-2021

No	Bulan	Jumlah Pelanggan		
		2019	2020	2021
1	Januari	28	22	20
2	Febuari	22	20	19
3	Maret	24	21	23
4	April	22	19	27
5	Mei	25	19	23
6	Juni	27	17	22
7	Juli	20	18	24
8	Agustus	29	17	25
9	September	26	19	22
10	Oktober	27	16	20
11	November	28	19	23
12	Desember	19	18	21
Jumlah		296	225	269

Sumber: Marketing PT Startmara Pratama

Berdasarkan tabel 1.1, di jelaskan jumlah pelanggannya yang paling banyak ditahun 2019 ialah dibulan Agustus sebanyak 29 pelanggan. Sementara itu, jumlah pelanggan yang paling sedikit tedapat pada bulan Desember yaitu 19 pelanggan. Jumlah pelanggan terbanyak pada tahun 2020 terdapat pada bulan Januari dimana pada bulan Januari terdapat 22 pelanggan, sedangkan di bulan Oktober terdapat pelanggan paling sedikit yaitu hanya 16 pelanggan. Jumlah pelanggan paling banyak di tahun 2021 ada di bulan April yang mencapai 27 pelanggan, sedangkan di tahun 2021 jumlah pelanggan yang paling sedikit terdapat pada bulan Februari dimana jumlah pelanggannya hanya mencapai 19 pelanggan. Dari data jumlah pelanggan pada PT Startmara Pratama tahun 2019-2021, maka di simpulkan banyaknya pelanggan paling banyak terdapat ditahun 2019 sebanyak 296 pelanggan, ditahun 2020 ialah tahun dengan jumlah pelanggannya paling sedikit dimana hanya mencapai 225 pelanggan.

Permasalahan yang cenderung dihadapi PT Startmara Pratama adalah mengenai keragaman produk dimana perusahaan kesulitan dalam mengontrol stok, yang menyebabkan sering terjadinya kelebihan dan kekurangan stok. Hal tersebut juga mempengaruhi produk yang ingin dibeli oleh pelanggan tidak tersedia dan menyebabkan pengaruh loyalitas pelanggan untuk melakukan transaksi atau pembelian berikutnya. Dengan demikian, keragaman produk menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh PT Startmara Pratama.

Masalah yang juga dihadapi oleh PT Startmara Pratama ialah mengenai kualitas produk dimana sering mendapatkan komplek dari pelanggan soal beras yang kotor dan berkutu. Beras yang kotor dan berkutu dapat memperlambat

pekerjaan para pemakai khususnya penjual makanan, sehingga pelanggan menjadi ragu dan mempertimbangkannya untuk melakukan pembelian selanjutnya sehingga faktor ini menyebabkan pengaruhnya kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Saluran distribusi juga merupakan permasalahan yang dihadapi oleh PT Startmara Pratama dimana pesanan yang diterima hari ini baru dapat dikirim keesokan harinya sedangkan pelanggan yang melakukan pesanan sudah kehabisan stok pemakaian hari itu juga, sering juga mendapat keluhan dari pelanggan karena barang yang dipesan tidak terantar hingga dua hari. Hal ini yang menyebabkan pelanggan lebih memilih membelinya langsung di toko atau warung terdekat sehingga faktor ini menjadi pengaruh saluran distribusi terhadap loyalitas konsumen.

Sesuai latar belakang yang sudah dijelaskan, peneliti bermaksud untuk memperdalam masalah mengenai loyalitas pelanggan khususnya pelanggan di PT Startmara Pratama. Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk mengambil judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Startmara Pratama di kota Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai latar permasalahannya yang dipaparkan, peneliti melakukan pengidentifikasian permasalahan terkait penelitian berikut.

1. Penurunan pesanan atau orderan yang disebabkan oleh rendahnya tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.
2. Kurangnya kepuasan pelanggan dikarenakan kualitas produk yang di terima selalu berbeda bahkan tidak layak untuk dikonsumsi.
3. Menurunnya loyalitas pelanggan yang disebabkan oleh kurangnya ketepatan waktu dalam pengiriman barang.
4. Ketidakefektifan dalam pengontrolan terhadap beragam produknya yang kelebihan hingga ketersediaan stock sering kurang ataupun lebih penawaran yang membuat produknya yang di inginkan pelanggannya tak tersedia.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahannya yang telah di jelaskan, maka batasan dalam penelitiannya ini ialah keragaman produk, kualitas produk dan saluran distribusi sebagai variabel indenpendennya dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependennya.

1.4. Rumusan Masalah

Di dasarkan pada batasan permasalahan yang sudah di paparkan, peneliti pun melakukan perumusan sejumlah permasalahan terkait penelitiannya berikut.

1. Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama?
3. Apakah saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama?
4. Apakah keragaman Produk, kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama?

1.5. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan permasalahan yang di kemukakan, dapat dijelaskan tujuannya penelitiannya ialah :

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan PT Startmara Pratama.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama.
3. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama.
4. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan

saluran distribusi terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitiannya ini di harapkan mampu menyampaikan kontribusinya didalam menambah pengetahuan dibidang pemasaran terkhusus mengenai pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan saluran distribusi terhadap loyalitas pelanggan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitiannya ini di harapkan mampu memberi referensi pada perusahaannya untuk di jadikan sumber didalam mempertimbangkan keputusannya terkait peningkatan loyalitas konsumennya.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Sebagai referensi penambahan terkait variabelnya yang dianalisis melingkupi serta memengaruhi loyalitas pelanggan, serta berkontribusi didalam memperluas wawasan terkait variabelnya.

3. Bagi Peneliti

Penelitiannya ini di harapkan bisa memperluas ilmu yang di temukan didalam menghadapi apa yang akan terjadi di dunia pekerjaan