

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada umumnya, untuk mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan, salah satu tantangan yang harus dimiliki adalah menjaga kualitas pelayanan terhadap pelanggan baru maupun lama agar dapat bersaing dengan produk pesaing lama maupun pesaing yang baru masuk di pasaran.

Memberikan pelayanan yang memuaskan dan melebihi harapan yang lebih tinggi terhadap pelanggan juga menjadi salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanan.

Oleh karena itu, faktor ini yang menjadi panduan dalam mengetahui pelayanan seperti apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam melayani konsumen juga seringkali menimbulkan perbedaan kualitas antara apa yang diharapkan oleh konsumen dengan apa yang diberikan oleh perusahaan.

Walaupun kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki konsep dan pengertian yang sangat berbeda, kedua ini mempunyai keterkaitan yang sangat erat terhadap baik buruknya suatu penilaian atas kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan membandingkan apakah yang diterima telah sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan mengupayakan pemenuhan kebutuhan apa yang dibutuhkan pelanggan dengan tepat agar mendapatkan kepuasan dari pelanggan tersebut.

Ada banyak penelitian ilmiah yang fokus pada pengukuran kualitas layanan. Penelitian-Penelitian tersebut untuk mendukung perbaikan kualitas layanan atau sering disebut dengan *Servequal*. *Servequal* atau gap adalah salah satu model analisis yang dikembangkan pada tahun 1980 oleh Parasuraman yang berpandangan bahwa perbandingan antara harapan kualitas layanan yang akan diberikan dengan kualitas layanan aktual akan menjadi patokan penilaian oleh pelanggan tersebut terhadap penyedia jasa. Hal tersebut dibuktikan dari beberapa penelitian terdahulu yang mendukung, namun ada beberapa penelitian yang memiliki hasil bertentangan dengan penelitian yang mendukung tersebut.

Kualitas pelayanan ini sangat penting terhadap citra perusahaan. Respon positif yang diberikan oleh pelanggan akan menjadi suatu keuntungan bagi perusahaan, karena kemungkinan besar konsumen tersebut akan kembali bertransaksi pada perusahaan.

Sementara itu terdapat faktor kualitas, yaitu daya tanggap tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat juga faktor kualitas pelayanan lainnya seperti pemenuhan, desain, dan keamanan website memberikan pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas para konsumen yang sudah pernah bertransaksi pada suatu perusahaan yaitu citra merek, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, nilai pelanggan dan juga kenyamanan. Dengan mengenali produk dengan baik, memenuhi kebutuhan dan memuaskan kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut, perusahaan

sudah bisa menarik konsumen dan juga mengalahkan para pesaingnya. Mendapatkan konsumen belum berarti perusahaan telah memiliki mereka sebagai pelanggan. Mempertahankan konsumen agar loyal akan lebih sulit karena pelanggan akan membeli produk diperusahaan kita jika produk tersebut benar-benar berguna dan mempunyai manfaat bagi pelanggan tersebut (Dan, Produk and Ekonomi, 2018 : 21).

Objek pada penelitian ini adalah salah satu perusahaan dagang yang bergerak di bidang *General Supplier Safety*. PT Tata Emerindo Trading Salah satu perusahaan yang menjual barang *Safety*. Perusahaan ini di dirikan pada tahun 1999 di kota Batam. PT Tata Emerindo Trading menawarkan barang-barang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. PT Tata Emerindo Trading mempunyai nama lain yaitu TATA GROUP yang dimana perusahaan tersebut memiliki beberapa anak cabang seperti PT.Tata Emerindo Trading, PT. Mastercal Indonesia, PT.Perfect Seal Indonesia, PT.BME Wijaya dan PT BME Engineering.

Citra merek merupakan persepsi terhadap suatu merek. Jadi jika sebelum membeli sebuah produk tentunya pembeli sudah mempunyai persepsi terhadap produk yang akan dibelinya, jika pembeli sudah pernah membeli suatu merek tertentu dan merasa puas akan produk tersebut maka pelanggan pasti akan melakukan pembeli ulang dengan merek yang sama. Citra merek pada perusahaan ini adalah Redwing. Redwing sendiri merupakan salah satu sepatu yang dirancang untuk para pekerja dilapangan. Perusahaan kami merupakan distributor utama di kota Batam. jadi jika ada perusahaan lain yang menjual

merek Redwing dikota batam selain dari perusahaan kami maka dapat dipastikan bahwa perusahaan tersebut membeli dari perusahaan kami lalu dijual kembali kepada pelanggan mereka. Sejauh ini pelanggan perusahaan kami sangat puas akan merek yang dibelinya, mereka yang sebelumnya sudah pernah membeli safety shoes redwing ini pasti akan membeli kembali dengan merek yang sama sehingga ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan kami.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Jika pelayanan yang diberikan perusahaan cepat dan responsif sesuai dengan harapan pelanggan maka tentunya pelanggan akan puas dengan hal tersebut dan merasa nyaman dengan pelayanan perusahaan. Sejauh ini perusahaan kami memberikan respon yang cepat dan membantu mencari jalan keluar kepada pelanggan agar masalah yang dihadapi oleh pelanggan cepat selesai dan tentunya hal ini membuat pelanggan pada perusahaan kami puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kami karena merasa tanggung jawab perusahaan itu memang ada.

Sebelum membeli sesuatu tentunya kita mengharapkan bahwa kualitas produk itu sesuai dengan ekspektasi kita tetapi terkadang justru kualitas produk yang kita harapkan malah mengecewakan dan tidak sesuai harapan kita. Perusahaan harus tetap dan selalu menjaga kualitas produknya agar tidak mengecewakan pelanggannya. Pada perusahaan ini pelanggan bisa dibilang cukup puas akan kualitas dari produk yang telah mereka beli, karena sebelumnya produk yang sudah dibeli oleh pelanggan tersebut dibeli lagi di

waktu yang akan datang dikarenakan kualitasnya yang tidak pernah mengecewakan dan mempunyai daya tahan pemakaian yang lama. Hal ini tentunya membuat perusahaan merasa bangga akan hal ini dan dapat meningkatkan loyalitas pada pelanggan.

Loyalitas pelanggan juga merupakan hal yang perlu dijaga oleh perusahaan dikarenakan jika pelanggan sudah tidak mempercayai perusahaan sebagai tempat untuk melakukan transaksi maka hal ini akan berdampak buruk bagi perusahaan dan tentunya perusahaan akan diberikan ulasan yang jelek. Pada perusahaan ini kami berusaha sebaik mungkin untuk menjaga pelanggan aktif yang masih melakukan transaksi pada perusahaan kami meskipun sudah banyak mengalami penurunan yang cukup drastis dari tahun ke tahun tapi perusahaan kami mencoba memperbaiki dan menjaga loyalitas pada pelanggan sebaik mungkin dengan cara menjaga citra merek, kualitas pelayanan dan juga menjaga kualitas pada produk. Jika perusahaan mampu menjaga loyalitas pelanggannya maka hal ini memungkinkan bahwa perusahaan juga dapat memperoleh rekomendasi dari para pelanggan dan memberikan *feedback* yang positif.

Dikarenakan perusahaan ini bergerak dibidang trading jadi sangat banyak kompetitor pada perusahaan ini yang juga mencoba untuk menjual produk yang serupa. Tetapi perusahaan kami melakukan persaingan yang sehat terhadap kompetitor. Walaupun dalam bisnis terdapat persaingan tetapi jika pelanggan sudah percaya dan puas dengan perusahaan kita maka tidak perlu ditakutkan jika pelanggan akan kabur.

**Tabel 1.1.** Tabel Pencapaian Target oleh PT TATA, 2017

<b>BULAN</b>	<b>TARGET YANG TELAH DI TETAPKAN</b>	<b>TARGET YANG TERCAPAI</b>
JANUARY	IDR 250,000,000.00	IDR 155,500,000.00
FEBRUARY	IDR 250,000,000.00	IDR 123,450,000.00
MARET	IDR 200,000,000.00	IDR 235,680,500.00
APRIL	IDR 200,000,000.00	IDR 194,158,000.00
MAY	IDR 200,000,000.00	IDR 286,656,000.00
JUNI	IDR 195,000,000.00	IDR 157,520,000.00
JULI	IDR 195,000,000.00	IDR 192,780,000.00
AGUSTUS	IDR 150,000,000.00	IDR 117,565,000.00
SEPTEMBER	IDR 150,000,000.00	IDR 98,745,000.00
OKTOBER	IDR 150,000,000.00	IDR 125,480,000.00
NOVEMBER	IDR 100,000,000.00	IDR 98,428,000.00
DESEMBER	IDR 100,000,000.00	IDR 150,328,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>IDR 2,140,000,000.00</b>	<b>IDR 1,936,291,000.00</b>

**Tabel 1.2.** Tabel Pencapaian Target oleh PT TATA, 2018

<b>BULAN</b>	<b>TARGET YANG TELAH DI TETAPKAN</b>	<b>TARGET YANG TERCAPAI</b>
JANUARY	IDR 350,000,000.00	IDR 165,550,000.00
FEBRUARY	IDR 350,000,000.00	IDR 286,650,000.00
MARET	IDR 300,000,000.00	IDR 137,450,000.00
APRIL	IDR 300,000,000.00	IDR 125,256,000.00
MAY	IDR 250,000,000.00	IDR 147,486,000.00
JUNI	IDR 250,000,000.00	IDR 200,465,000.00
JULI	IDR 200,000,000.00	IDR 234,872,000.00
AGUSTUS	IDR 200,000,000.00	IDR 133,250,000.00
SEPTEMBER	IDR 100,000,000.00	IDR 182,560,000.00
OKTOBER	IDR 100,000,000.00	IDR 56,884,000.00
NOVEMBER	IDR 100,000,000.00	IDR 62,500,000.00
DESEMBER	IDR 100,000,000.00	IDR 98,726,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>IDR 2,600,000,000.00</b>	<b>IDR 1,831,649,000.00</b>

**Sumber :** Data Perusahaan, 2019

Berdasarkan pada tabel 1.1 & 1.2 diatas dapat terlihat perbedaan omset penjualan dari tahun 2017 ke 2018 mengalami penurunan yang cukup drastis, yang dimana target yang sudah ditetapkan perusahaan masih tidak bisa dicapai sesuai dengan harapan. Permasalahan utama yang dihadapi oleh perusahaan ini adalah Loyalitas Pelanggan.

Jadi, berdasarkan kesimpulan yang di ceritakan maka saya mengambil judul penelitian **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Tata Emerindo Trading**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Citra merek pada perusahaan ini adalah Redwing. Redwing sendiri merupakan salah satu sepatu yang dirancang untuk para pekerja dilapangan. Perusahaan kami merupakan distributor utama di kota Batam. jadi jika ada perusahaan lain yang menjual merek Redwing dikota batam selain dari perusahaan kami maka dapat dipastikan bahwa perusahaan tersebut membeli dari perusahaan kami lalu dijual kembali kepada pelanggan mereka.
2. Sejauh ini perusahaan kami memberikan respon yang cepat dan membantu mencari jalan keluar kepada pelanggan agar masalah yang dihadapi oleh pelanggan cepat selesai dan tentunya hal ini membuat pelanggan pada perusahaan kami puas akan pelayanan yang diberikan

oleh perusahaan kami karena merasa tanggung jawab perusahaan itu memang ada.

3. Pada perusahaan ini pelanggan bisa dibilang cukup puas akan kualitas dari produk yang telah mereka beli, karena sebelumnya produk yang sudah dibeli oleh pelanggan tersebut dibeli lagi di waktu yang akan datang dikarenakan kualitasnya yang tidak pernah mengecewakan dan mempunyai daya tahan pemakaian yang lama.
4. Pada perusahaan ini kami berusaha sebaik mungkin untuk menjaga pelanggan aktif yang masih melakukan transaksi pada perusahaan kami meskipun sudah banyak mengalami penurunan yang cukup drastis dari tahun ke tahun tapi perusahaan kami mencoba memperbaiki dan menjaga loyalitas pada pelanggan sebaik mungkin dengan cara menjaga citra merek, kualitas pelayanan dan juga menjaga kualitas pada produk.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

1. Penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini pada empat variabel yaitu Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan. Citra merek perusahaan terdiri dari indikator keuntungan yang diukur dari berbagai aspek yaitu asosiasi merek, kekuatan asosiasi merek, keunikan dari asosiasi merek. Pada kualitas

pelayanan perusahaan terdiri dari indikator keuntungan yang diukur dari bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan Empati. Pada variabel kualitas produk bisa diukur dengan cara menggunakan 5 dimensi kualitas produk yaitu kemudahan dalam penggunaan, keleluasaan dalam penggunaan, daya tahan, kemampuan pelayanan, kinerja dan prestise.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dikemukakan disimpulkan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tata Emerindo Trading?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tata Emerindo Trading?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tata Emerindo Trading?
4. Apakah citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tata Emerindo Trading.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tata Emerindo Trading.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tata Emerindo Trading.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tata Emerindo Trading.
4. Untuk mengetahui apakah citra merek, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tata Emerindo Trading.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini mungkin bisa dijadikan sebagai masukan kepada perusahaan agar dapat mencari solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dialami oleh perusahaan. Perusahaan harus bisa memberi solusi bagaimana agar pelanggan tetap setia dengan perusahaan ini, bagaimana caranya agar dapat meningkatkan lagi kualitas pelayanannya pada perusahaan yang lebih baik dari yang sebelumnya dan juga mencari solusi agar tetap mempertahankan bagaimana agar kualitas produk tersebut tidak berubah kualitasnya. Jika masalah tersebut dapat diatasi maka perusahaan juga yang akan mendapatkan

nama baik mereka di hadapan orang. Perusahaan juga harus memasang strategi yang tepat dan benar agar visi yang telah ditetapkan dapat tercapai targetnya.

### **1.6.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai panduan dalam pemecahan masalah perusahaan untuk mencapai tujuan bersama dan berguna

#### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai tujuan bersama dalam perusahaan, karena dengan adanya citra merk tersendiri dari perusahaan maka dapat meningkatkan penjualan yang lebih baik dan dapat meningkatkan loyalitas para pelanggan lama ataupun calon pelanggan.

#### **2. Bagi Universitas Putera Batam**

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi media belajar yang tepat untuk menyusun dan menentukan metode program pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan bagi peneliti selanjutnya.

#### **3. Bagi Penulis**

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan motivasi kepada teman-teman diluar sana dan dapat menjadikan penelitian ini sebagai kualitas pelajaran yang berharga. Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu kalian yang sedang membutuhkan informasi.