

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat persaingan bisnis yang semakin ketat pada masa kini membuat semua perusahaan harus lebih mengutamakan kualitas dari sebuah produk yang akan ditawarkan dan kualitas produk menjadi hal penting dalam perusahaan karena perhatian pada kualitas produk akan terus meningkat selama beberapa tahun belakangan ini. Melihat hal tersebut sejumlah perusahaan melakukan beberapa ide dan inovasi untuk memaksimalkan hasil produksi dari perusahaan agar bisa memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menciptakan suatu produk yang dapat memberikan kepuasan pelanggan, karena konsumen tidak akan dapat berhenti pada proses penggunaan saja, melainkan konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap produk yang telah mereka gunakan sehingga dapat menghasilkan sebuah proses evaluasi setelah penggunaan produk tersebut, kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk yang telah digunakannya. Untuk dapat memenangkan persaingan, para perusahaan produksi terus melakukan usaha-usaha seperti memberikan keunggulan kompetitif dan menawarkan kualitas produk yang bermutu untuk mendapatkan kepercayaan dan memberikan kepuasan bagi para pelanggannya. Dengan terobosan-terobosan besar yang dilakukan tersebut diharapkan menjadi salah satu strategi yang tepat untuk bertahan dari persaingan tinggi dalam dunia usaha saat ini adalah dengan mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Kualitas produk merupakan menjadi salah satu faktor besar penentu kepuasan konsumen dikarenakan kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan dari penggunaan produk tersebut dan menimbulkan sebuah kepercayaan dari produk yang telah digunakan sehingga dapat mempertahankan dan menjadikan konsumen loyal. Dengan persaingan yang ketat saat ini, perusahaan-perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, kemasan, dan sebagainya). Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam di benak konsumen. Di samping kualitas produk, tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Dengan adanya perubahan tersebut sejumlah perusahaan berlomba-lomba untuk terus berkembang dan selalu mengutamakan kualitas produk untuk menciptakan pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Menurut (Dewi, Hasiolan, & Minarsih, 2016) Kualitas produk merupakan kemampuan produk di dalam menjalankan fungsinya dan kualitas produk dapat diukur melalui pendapat konsumen tentang kualitas itu sendiri, sehingga selera pribadi sangat mempengaruhi.

Kepercayaan merupakan sebuah pondasi yang kuat untuk membangun sebuah bisnis dimana sebuah kepercayaan dapat selalu menjadi sebuah

kunci untuk kita dapat selalu menjalankan hubungan yang baik dengan pelanggan dan membuat citra perusahaan selalu bagus dengan kepercayaan yang telah dibangun selama ini, sehingga membuat produk kita dapat terus di beli kembali oleh pelanggan. Menurut (Nainggolan, 2018 : 52) *Trust* merupakan pondasi dari suatu bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing dapat saling mempercayai. Kepercayaan (*trust*) ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lawan/pembeli, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan.

Persaingan yang semakin ketat antara perusahaan penyedia produk belakangan ini bukan hanya disebabkan globalisasi, tetapi lebih disebabkan karena pelanggan semakin cerdas, sadar harga, banyak menuntut, kurang memaafkan, dan menuntut kualitas produk. Pelanggan sangat mudah akses informasi yang lebih banyak tentang produk yang ditawarkan. Artinya pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya hal ini membuat perusahaan harus dapat selalu mempertahankan mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan mempertahankan pelanggan perusahaan dapat terus meningkatkan kinerja dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan membuat pelanggan selalu loyal merupakan sebuah kunci perusahaan dapat selalu mendapatkan sikap setia dari pelanggan sehingga membuat pelanggan terus membeli produk yang di jual perusahaan. Menurut (Andreas, 2016) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang

konsisten. Banyak perusahaan yang berusaha untuk mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap kualitas produk dan kepercayaan terhadap perusahaan, salah satu dari perusahaan yang berupaya untuk mendapatkan loyalitas pelanggan adalah PT Trio Estro Casuar.

PT Trio *Estro Casuar* adalah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan besar bahan konstruksi dari kayu, yang dimana Perusahaan ini awal mulanya usaha keluarga dikelola oleh Tuan Juka sejak tahun 1980an yang berda di kota Batam yang bernamakan UD Trio *Service* dan seiring berjalannya waktu pada tahun 1997 Tuan Juka mengganti nama usahanya menjadi PT Trio Kencana Servicatama dan pada tahun 2002 pindah ke gudang/pabrik yang dari tempat sebelumnya ke tempat yang baru dan lebih besar di karenakan seiring waktu berjalannya usaha terus berkembang dan terus berinovasi.

Pada tahun 2010 pengelolaan usaha PT Trio Kencana Servicatama di alihkan kepada Irfan Liforsa yang dimana adalah anak Tuan Juka dan dikelola bersama, kemudian pada tanggal 25 Mei 2015 didirikannya perusahaan baru yang bernamakan PT Trio *Estro Casuar* merupakan usaha yang bergerak dibidang supplier perdagangan besar bahan konstruksi dari kayu (pintu, kusen, dan jendela dari kayu) yang merupakan usaha yang langsung dikelola oleh Irfan Liforsa sendiri dengan relasi yang telah dibangun selama membuat PT Trio *Estro Casuar* mudah di kenal banyak orang sehingga PT Trio *Estro Casuar* ingin terus berkembang dan selalu berinovasi lebih agar produk yang mereka pasarkan dapat memuaskan pelanggan sehingga membuat palanggan lebih percaya lagi akan kualitas dari produk yang dijualkan sehingga menciptakan loyalitas pelanggan.

Permasalahan yang cenderung terjadi di PT Trio Estro *Casuar* adalah perihal kualitas produk yang terbilang masih kurang memuaskan pelanggan. Apabila kualitas produk yang digunakan berkualitas dan sesuai keinginan pelanggan tentunya akan membuat pelanggan selalu percaya dengan produk yang di pasarkan dan akan menimbulkan loyalitas sehingga membuat pelanggan menggunakan produk kita terus menerus. Permasalahan yang terjadi di PT Trio Estro *Casuar* adalah perihal kualitas produk yang cenderung kurang baik sehingga membuat perusahaan kurang dikepercayaan, kurangnya kualitas produk tersebut dapat di lihat dari “ Data Komplain Pelanggan dan Jumlah Pelanggan” pada PT Trio Estro *Casuar* mulai dari bulan Maret 2020 hingga Agustus 2020.

Tabel 1.1 Data Komplain Pelanggan dan Jumlah Pelanggan

Sumber Data : PT Trio Estro *Casuar*

Bulan	Mar-20	Apr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Aug-20
Komplain	Cat Kurang Bagus	Cat Tidak Sesuai Pesanan	Motif Pesanan Tidak Sesuai	Cat Kurang Bagus		Retak Bagian Produk
	Retak Bagian Produk	Lecet	Retak Bagian Produk			Motif Pesanan Tidak Sesuai
		Ukuran Tidak Sesuai				
Jumlah Komplain	2	3	2	1	-	2
Jumlah Pelanggan	110	112	105	113	121	125

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat semakin tinggi tingkat komplainan maka dapat menyebabkan penurunan dalam jumlah pelanggan di bulan selanjutnya pada PT Trio Estro *Casuar*. Dalam hal ini menunjukkan bahwa PT Trio Estro *Casuar* masih mengalami permasalahan dalam hal loyalitas pelanggan. Dapat dilihat dari

jumlah komplainan di bulan Maret ke bulan April terjadi peningkatan komplainan sehingga membuat penurunan pelanggan di bulan selanjutnya sedangkan pada bulan bulan juni dan bulan juli terjadi penurunan komplainan sehingga membuat jumlah pelanggan meningkat secara baik. Hal ini perusahaan harus dapat memperbaiki kualitas produk agar kedepannya dapat meminimalkan komplainan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan, sehingga menurunnya tingkat loyalitas pelanggan di beberapa bulan tertentu dikarenakan terdapat komplainan tinggi di bulan tertentu.

Berdasarkan pembahasan latar belakang di atas maka peneliti menarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Trio Estro Casuar di Kota Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Meningkatnya komplain pelanggan terhadap kualitas produk.
2. Kurangnya kepercayaan pelanggan yang disebabkan material produk yang di gunakan.
3. Menurunnya tingkat loyalitas pelanggan.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas tersebut sehingga membuat peneliti melakukan pembatasan masalah sebagai berikut.

1. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Trio Estro *Casuar*.
2. Kualitas Produk dan Kepercayaan sebagai variable independent dan Loyalitas Pelanggan sebagai variable dependen.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Trio Estro *Casuar* ?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Trio Estro *Casuar* ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Trio Estro *Casuar*?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang sudah dirumuskan adapun tujuan penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT Trio Estro *Casuar*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT Trio Estro *Casuar*.

3. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas produk dan kepercayaan bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada PT Trio Estro *Casuar*.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini dapat juga menjadikan sebagai bahan kajian atau informasi dalam sebuah penelitian agar kita dapat mempelajari efek pengaruh sebuah kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Trio Estro *Casuar* agar bias membimbing dan memajukan loyalitas pelanggan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Agar peneliti lebih dapat memahami dan dapat mengembangkan makna penting dari kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Trio Estro *Casuar*.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi sebuah masukan atau pengetahuan kepada pihak perusahaan PT Trio Estro *Casuar* agar dapat lebih mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk dan kepercayaan. Hal ini mungkin dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada PT Trio Estro *Casuar*.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah dokumentasi akademik yang dapat berguna untuk dijadikan sebuah sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.