

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini membuat setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerja supaya dapat bersaing dipasar salah satunya pada perusahaan distribusi. Distribusi dalam kehidupan sehari-hari sering dapat kita temui hal ini dikarenakan setiap kegiatan memerlukan penyaluran dari satu tempat ke tempat lain. Maka distributor sangat diperlukan. Lembaga yang terdapat pada saluran distribusi adalah produsen, distributor, konsumen atau industri.

Dalam rangka memberikan rasa puas kepada konsumen, maka perusahaan harus menyediakan fasilitas dalam melayani pelanggan sebaik mungkin. Perusahaan harus mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk dan bagaimana menjaga hubungan dengan konsumen yang membeli produk perusahaan menjadi konsumen yang *loyal* pada perusahaan tersebut. Menjadi perusahaan yang berfokus pada konsumen adalah pilihan strategis bagi industri dan dunia usaha agar mampu bertahan di tengah situasi lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan, seperti: perubahan demi perubahan, persaingan tinggi, dan semakin canggihnya kualitas hidup.

Loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi atau usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. loyalitas pelanggan adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut yang membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang terjadi secara berulang-ulang.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu hal yang penting untuk tetap di jaga agar pelanggan tetap setia menggunakan jasa perusahaan, karena loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa dengan melakukan pembelian ulang (Herokholiqi & Cahyana, 2018). Suatu hal yang penting bagi suatu perusahaan untuk memiliki pelanggan yang loyal pada produk mereka. Pelanggan yang loyal akan memberikan pemasukan yang besar bagi perusahaan, sedangkan kehilangan pelanggan yang loyal maka akan menjadi suatu hal yang merugikan perusahaan, karena mereka harus mencari pelanggan lagi untuk mengganti pelanggan yang telah hilang.

Keragaman produk dalam usaha bisnis merupakan suatu hal yang harus diperhatikan, karena di era ini telah banyak perkembangan dalam bidang usaha. Dengan demikian banyak bermunculan para pesang yang dihadapi oleh karena itu para pebisnis harus mempunyai strategi dalam pemasaran. Salah satu nya adalah menyediakan keberagaman produk dan alternative pilihan (Permana, 2017). Keragaman produk yang bervariasi dengan jaminan mutu kualitasnya, akan

membuat harapan terhadap minat pelanggan untuk mengkonsumsinya dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup dari para pelanggan (Khoiriah, 2017).

Keragaman produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan. Dengan adanya bauran produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk dapat berkunjung dan melakukan pembelian serta perusahaan akan mudah untuk mencapai tujuannya. Keanekaragaman produk ialah adalah kumpulan produk dan barang secara keseluruhan yang diberikan oleh pedagang dengan harga yang murah (Suciningtyas, 2019).

Kualitas pelayanan adalah berbagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para pelanggan (Setyowati & Wiyadi, 2016). Kualitas pelayanan dapat dibidang sebagai customer service yaitu sebagai kegiatan dalam bagian bisnis yang berupaya mengkolaborasi antara perdagangan jasa guna melengkapi kenyamanan pembeli atau pengguna, dimulai dari pemesanan, pada saat dikemas atau di proses sampai membelikan nilai akhir jasa dengan berkomunikasi guna menguatkan kerjasama dengan konsumen (Suciningtyas, 2019). Kualitas pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut (Subawa, Gede Benny Sulistyawati, 2020)

PT CSK *Insulation Engineering* adalah perusahaan didirikan oleh Jerry Gan, perusahaan ini bergerak dalam bidang pemasok perangkat keras umum dan fokus

dalam bisnis perlindungan kebakaran pasif dan bahan insulasi termal. Sejak tahun 2004, Teknik Insulasi PT CSK (Dahulu dikenal sebagai Cipta Semesta Karya) telah menjadi salah satu distributor terkemuka untuk *Range Lengkap Cold* (-200°C) hingga *Panas* (+1700°C) untuk aplikasi aktif. PT CSK *Insulation Engineering* berlokasi di Komp. Puri 2000 Industrial Park Blok B 3A, Baloi Permai, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444. PT CSK *Insulation Engineering* ini berdiri sejak tahun 1999 dalam persaingan dunia bisnis yang sangat ketat ini, kualitas produk dalam suatu perusahaan menjadi faktor penting agar dapat menjadi kompetitor yang handal.

**Table 1. 1** Jumlah Pelanggan PT CSK *Insulation Engineering* tahun 2017-2019

No	Bulan	Jumlah Pelanggan		
		2017	2018	2019
1	Januari	20	21	20
2	Februari	19	22	18
3	Maret	22	23	19
4	April	19	20	20
5	Mei	18	21	22
6	Juni	19	19	20
7	Juli	22	21	19
8	Agustus	21	20	20
9	September	20	21	17
10	Oktober	23	23	18
11	November	21	22	18
12	Desember	19	21	19
Jumlah		<b>243</b>	<b>254</b>	<b>230</b>

**Sumber:** Marketing PT CSK *Insulation Engineering*

Berdasarkan table diatas, dapat diuraikan bahwa jumlah pelanggan terbanyak di tahun 2017 adalah di bulan Oktober di mana mencapai 23 pelanggan,

sedangkan dibulan Mei merupakan jumlah pelanggan yang paling sedikit di tahun 2017 yaitu 18 pelanggan. Jumlah pelanggan terbanyak di tahun 2018 adalah di bulan Maret dan Oktober di mana mencapai 23 pelanggan, sedangkan di bulan Juni merupakan jumlah pelanggan yang paling sedikit di tahun 2018 yaitu 19 pelanggan. Jumlah pelanggan terbanyak di tahun 2019 adalah dibulan Mei di mana mencapai 22 pelanggan, sedangkan bulan September merupakan jumlah pelanggan yang paling sedikit di tahun 2019 yaitu 17 pelanggan. Dari tabel jumlah pelanggan PT CSK *Insulation Engineering* 2017-2019 diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah pelanggan terbanyak adalah di tahun 2018 dimana pelanggan mencapai 254 pelanggan, sedangkan ditahun 2019 merupakan jumlah pelanggan yang paling sedikit yaitu 230 pelanggan.

Permasalahan yang dihadapi PT CSK *Insulation Engineering* cenderung mengenai keragaman produk yang jumlahnya terlalu banyak sehingga pihak perusahaan mengalami kesulitan mengontrol stok dimana ini menyebabkan stok produk sering kelebihan dan kekurangan supply. sehingga menjadi salah satu komplek dari pelanggan karena produk yg mereka inginkan selalu tidak tersedia. hal tersebut tentu dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk melakukan pembelian berikutnya. ini menunjukkan bahwa variabel keragaman produk masih layak untuk di teliti.



**Gambar 1. 1** Grafik Objektif Kepuasan Pelanggan

Masalah lain yang dihadapi PT CSK *Insulation Engineering* adalah *feedback* kualitas pelayanan yang tidak memenuhi harapan perusahaan, yang mana *feedback* tersebut dapat dari *form customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan yang dikirimkan ke pelanggan setiap 1 tahun. dari data tersebut dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan mendapatkan nilai C (cukup) dengan catatan pengiriman barang beberapa kali terlambat dan barang yang dikirim berbeda dengan yang dipesan, nilai C (cukup) masih jauh dibawah target perusahaan yaitu A (sangat baik). ini berarti variabel kualitas pelayanan masih layak untuk di teliti.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti ingin memperdalam mengenai loyalitas pelanggan, khususnya pelanggan di PT CSK *Insulation Engineering*. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan **”Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT CSK *Insulation Engineering* di kota Batam”**

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut sehingga peneliti melakukan identifikasi masalah, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menurunnya persentase pesanan yang disebabkan rendahnya tingkat loyalitas pelanggan.
2. Menurunnya persentase kepuasan pelanggan dikarenakan produk yang diinginkan tidak tersedia.
3. Kurangnya kontrol terhadap keragaman produk yang terlalu banyak sehingga stok sering kekurangan/kelebihan supply yang menyebabkan produk yang diinginkan pelanggan tidak tersedia.

## 1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dicantumkan di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT CSK *Insulation Engineering*.
2. PT CSK *Insulation Engineering* sebagai objek penelitian.
3. Keragaman produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.

#### 1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT *CSK Insulation Engineering*?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT *CSK Insulation Engineering*?
3. Apakah keragaman produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT *CSK Insulation Engineering*?

#### 1.5. Tujuan Penelitian

Relevan dengan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan PT *CSK Insulation Engineering*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT *CSK Insulation Engineering*.
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan PT *CSK Insulation Engineering*.



## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **1.6.1. Aspek Teoritis**

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam memperkaya wawasan di bidang pemasaran khususnya tentang pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

### **1.6.2. Aspek Praktis**

#### 1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan mengenai keragaman produk dan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

#### 2. Bagi Universitas Putera Batam

Sebagai tambahan referensi bagi kampus sehubungan dengan variabel yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini yang meliputi pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT CSK *Insulation Engineering*, serta menjadi sumbangan pemikiran dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan variabel yang terkait.

#### 3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu yang diperoleh penulis dalam menghadapi skripsi dan menghadapi dunia kerja serta menambah pengetahuan.