

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia terutama di Surabaya, pertumbuhan bisnis secara offline maupun online sangat pesat. Suatu bisnis harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan keuntungan atau pendapatan mereka. Bisnis mainan anak adalah salah satu yang berkembang dengan cepat. Barang-barang yang digunakan untuk bermain disebut sebagai mainan. Mainan adalah satu-satunya hal yang dipikirkan oleh anak-anak saat mereka masih kecil. Tidak diragukan lagi, mainan membuat bermain menjadi lebih menyenangkan, seru, dan asyik. Mainan tidak hanya dibutuhkan untuk menyenangkan anak-anak, tetapi juga memiliki manfaat edukatif yang mempengaruhi fungsi otak anak dan melatih daya ingat mereka. Oleh karena itu, saat memilih sebuah mainan pastikan bahan yang digunakan berkualitas tinggi dan aman untuk anak-anak. Dengan kemajuan zaman dan teknologi yang berkembang pesat, hal ini dapat dilihat dari produk mainan anak yang beredar dengan berbagai bentuk, tekstur, warna, dan bunyi yang dapat meningkatkan kreativitas anak. Dengan adanya berbagai macam mainan tersebut maka perlunya orang tua untuk memperhatikan dalam memilih mainan yang aman, terbuat dari bahan yang tidak berbahaya, tidak mudah terbakar, dan diuji sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI).

Perkembangan internet yang sangat pesat ini, maka sebuah bisnis atau toko mainan dapat menggunakannya untuk meningkatkan pemasaran produk mereka dan meningkatkan penjualan dengan menawarkan harga dan kualitas produk yang baik karena sangat penting untuk membuat pelanggan puas dengan produk yang kita tawarkan. Karena jika pelanggan puas, mereka akan lebih tertarik untuk membeli produk yang kita jual lagi. Oleh karena itu, para produsen harus mempertimbangkan dengan cermat harga dan kualitas produk yang akan mereka tawarkan kepada calon pembeli. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206), kepuasan pelanggan adalah ukuran atau indikator seberapa puas pelanggan atau

pengguna bisnis dengan produk atau jasa perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima). Kepuasan pelanggan ini memiliki beberapa faktor yang mendukung perilaku tersebut yaitu faktor harga dan kualitas produk sehingga terjadinya pembelian ulang atau loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh Supplier Victory Toys Surabaya.

Loyalitas adalah cara konsumen bertindak terhadap barang yang telah mereka beli dan dapat melakukannya lagi dan lagi. Menurut Kotler dan Keller (2016:138), Loyalitas pelanggan merupakan pembelian produk atau jasa yang disukai dan upaya pemasaran yang dapat dilakukan pelanggan sangat berkaitan dengan komitmen pelanggan. Berdasarkan definisi loyalitas pelanggan, sikap dorongan perilaku pembelian produk perusahaan termasuk elemen perasaan, membeli ulang dengan konsistensi tinggi, tetapi dengan sikap positif terhadap perusahaan yang menjual produk tersebut. Selain itu, menurut Hasan (2014), pelanggan yang setia adalah mereka yang membeli produk secara konsisten dan berulang kali untuk memenuhi keinginan mereka untuk memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan kemudian membayar produk tersebut.

Menurut Meldayani et al. (2018), harga adalah jumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan hak milik atau penggunaan barang dan jasa yang disediakan oleh perusahaan. Harga memengaruhi persaingan pasar perusahaan. Dampak dari harga sangat berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih perusahaan. Seperti yang kita ketahui, dengan harga yang cukup ramah dikantong tentunya membuat pelanggan akan merasa puas dan melakukan pembelian produk kembali.

Kualitas produk yang merupakan faktor penting selain harga dalam melakukan penjualan produk. Karena pelanggan tidak akan membeli produk yang memiliki kualitas yang buruk. Kotler & Armstrong (2017) menyatakan bahwa kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, dapat digunakan, dikonsumsi, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Astuti & Matondang (2020), kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar atau

distributor untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti menetapkan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Supplier Victory Toys Surabaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya ?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya ?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya ?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya ?
6. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya ?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya ?

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan pada rumusan masalah yang telah diuraikan tidak akan dibahas secara keseluruhan untuk menghindari meluasnya masalah dan membuatnya untuk lebih mudah dipahami. Maka, penulis penelitian ini menetapkan batasan-batasan untuk masalah yang diteliti yaitu pengaruh harga dan

kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di mediasi kepuasan pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya;
2. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya;
3. Untuk menguji dan menganalisis harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya;
4. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya;
5. Untuk menguji dan menganalisis kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya;
6. Untuk menguji dan menganalisis harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya;
7. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Supplier Victory Toys Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penulisan ini diharapkan memiliki manfaat penelitian antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi perusahaan dalam bidang pemasaran untuk membantu meningkatkan penjualan melalui kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam proses pengembangan bisnis yang lebih baik.

2. Bagi STIAMAK Barunawati

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang cara berpikir, menambah literatur perpustakaan sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak, serta dapat menerapkan teori dalam bidang pemasaran khususnya mengenai proses pengembangan kurikulum yang relevan dengan perkembangan industri.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan wawasan yang bertambah. Penelitian ini dapat membantu peneliti untuk lebih memahami tentang hubungan antara harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengertian dan pemahaman penulisan ini, maka penulis menyusun dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang menjadi acuan penelitian dan landasan penelitian. Adanya rumusan masalah yang menjadi fokus orientasi penelitian. Selain itu terdapat batasan masalah agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari rumusan masalah. Serta terdapat tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini dan sistematika penulisan yang berisi uraian singkat proses penelitian tugas akhir ini lebih terarah.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian yang diperkuat dengan menunjukkan hasil penelitian sebelumnya. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku-buku referensi serta sumber informasi lain yang terkait dengan pembahasan penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan laporan penelitian. Agar hasil yang dicapai tepat, maka diperlukan langkah-langkah penelitian yang terstruktur dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dari hasil pengamatan, pengumpulan dan pengelolaan data sehingga hasil yang dicapai selama penelitian dan pembuatan laporan penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari pokok-pokok bahasan yang disertai dengan saran-saran bagi pihak terkait sebagai objek penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan untuk perkembangan dimasa yang akan datang.