

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan dalam dunia usaha semakin terasa. Persaingan yang terjadi bukan hanya pada sektor usaha berskala besar saja, namun juga terjadi pada berbagai usaha kecil dan menengah. Ketatnya persaingan usaha juga ditandai dengan semakin banyaknya usaha – usaha baru yang bermunculan. Hal tersebut mendorong para pelaku usaha untuk berfikir semakin kreatif dan inovatif dalam hal pembuatan maupun memasarkan produk mereka agar semakin diminati konsumen. Salah satu cara menarik perhatian konsumen yaitu dengan meningkatkan kualitas produk yang mereka jual.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu dalam keberhasilan suatu usaha. Pemberian produk yang berkualitas kepada konsumen biasanya akan membuat para konsumen menjadi senang dan merasa dihargai oleh para pelaku usaha. Produk yang berkualitas tentunya juga akan membuat produk tersebut dengan cepat dikenal masyarakat. Selain itu, produk yang berkualitas baik juga akan menjadi kekuatan para pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya. Namun demikian, di era saat ini konsumen cenderung tidak memiliki banyak waktu untuk sekedar berbelanja, karena disibukkan dengan aktifitas mereka yang cukup padat seperti kuliah,

bekerja, atau hal lain yang menyita waktu. Oleh karena itu, konsumen juga membutuhkan kemudahan dalam hal bertransaksi.

Kemudahan transaksi sangat diperlukan mengingat saat ini para konsumen cenderung memilih sesuatu yang serba cepat dan instan. Hal ini perlu disadari oleh para pelaku usaha jika menginginkan usahanya tetap berjalan. Para pelaku usaha harus mampu memberikan pelayanan terbaik mereka jika tidak mau para konsumen yang selama ini setia dengan perusahaan mereka menjadi berpindah ke perusahaan lain. Kemudahan transaksi juga akan memberikan pengaruh yang besar bagi perusahaan, karena dengan adanya prosedur transaksi yang mudah membuat konsumen memiliki lebih banyak waktu untuk melakukan aktifitas lain selain berbelanja. Dengan adanya kemudahan transaksi tersebut, konsumen akan merasa semakin puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah hal yang sangat diharapkan oleh para pelaku usaha. Kepuasan adalah rasa kecewa atau senang yang akan muncul setelah seseorang membandingkan antara ekspektasi dengan realita suatu produk yang dibelinya. Ada beberapa cara untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, salah satunya dengan melakukan sistem keluhan dan saran, sistem ini biasanya dilakukan dengan memasang kotak saran didepan tempat usaha, sehingga para pelaku usaha dapat mengetahui keluhan – keluhan yang dialami sekaligus bisa menampung saran yang diberikan oleh para konsumen. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka hampir bisa dipastikan usaha tersebut akan berkembang dengan pesat. Hal ini menjadikan para pelaku

usaha melakukan berbagai cara untuk membuat konsumen merasa puas. Salah satunya dengan memberikan potongan harga. Banyak para pelaku usaha menggunakan cara ini karena dinilai berhasil menarik minat belanja para konsumen. Dengan demikian, konsumen yang merasa puas nantinya akan melakukan pengulangan pembelian atau kembali berbelanja ke tempat tersebut. Adanya pengulangan pembelian ini mengindikasikan bahwa konsumen tersebut mempunyai loyalitas yang tinggi.

Loyalitas konsumen merupakan indikator keberhasilan suatu usaha. Dengan adanya konsumen yang loyal terhadap usaha yang dijalankan, maka hal tersebut akan membantu badan usaha berkembang secara cepat dan pesat. Hal ini dikarenakan para konsumen yang loyal tersebut akan selalu melakukan pembelian ulang, yaitu tidak akan berpindah – pindah tempat belanja karena sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain melakukan pengulangan pembelian, biasanya para konsumen yang loyal juga akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk ikut berbelanja ditempat tersebut. Rekomendasi ini bisa menjadi promosi gratis bagi para pelaku usaha karena biasanya dilakukan dengan cara mulut ke mulut. Cara ini juga dinilai cukup efektif karena orang akan lebih percaya saran yang diberikan oleh orang yang sudah mereka kenal, dibandingkan dengan membaca atau melihat promosi yang dilakukan melalui media.

Keberadaan media memang cukup berpengaruh terhadap perkembangan dunia usaha pada saat ini. Banyaknya pengguna media sosial membuat para pelaku usaha mengambil peluang dari kejadian tersebut. Media

sosial bisa menjadi ajang promosi sekaligus wadah untuk memasarkan berbagai produk para pelaku usaha. Beberapa contoh media sosial yang saat ini digunakan banyak orang untuk memasarkan produk mereka adalah instagram, *facebook*, *website* dan sebagainya. Dengan adanya media sosial sebagai wadah memasarkan produk tersebut, konsumen akan lebih mudah dalam melakukan transaksi. Terutama untuk para konsumen di usia produktif yang saat ini menginginkan berbagai kemudahan dalam hal jual beli. Hal tersebut tidak hanya terjadi di kota – kota besar saja, namun kota kecil seperti Ponorogo juga tidak ketinggalan dengan fenomena tersebut.

Selain munculnya banyak toko *online* yang sudah terkenal seperti Bukalapak.com, OLX, Lazada, dan lain – lain, dikota ponorogo sendiri saat ini juga banyak bermunculan toko – toko *online* yang memasarkan berbagai macam produk, seperti *Ladys*, *By KK*, *3Second Ponorogo*, dan masih banyak lagi. Para pelaku usaha ini menyasar para pelajar dan mahasiswa yang gemar menggunakan sosial media, tidak terkecuali para mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Namun demikian, hal ini juga memicu persaingan antar pelaku usaha *online shop* yang melakukan banyak cara agar mampu menarik konsumen. Salah satu caranya yaitu dengan memberikan kemudahan transaksi kepada konsumen, sehingga konsumen tidak perlu bersusah payah untuk mendatangi toko hanya untuk membeli sebuah barang. Mereka hanya perlu memesan melalui sosial media, lalu barang yang mereka pesan akan dikirim. Pembayaran bisa ditransfer atau dibayar pada saat barang sampai dirumah.

Namun demikian, demi mendapatkan keuntungan yang besar tidak jarang para pelaku usaha ini tidak terlalu mementingkan kualitas produk yang mereka jual, salah satunya yaitu kualitas produk yang ditampilkan kadang tidak sama dengan produk aslinya. Selain itu, keterlambatan proses pengiriman, ketidaksesuaian antara warna barang yang dipesan dengan yang dikirimkan, juga membuat para konsumen kecewa dengan toko *online* yang ada. Hal ini membuat konsumen kecewa dan enggan untuk kembali berbelanja ditoko yang sama. Berdasarkan uraian yang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Transaksi terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening (Studi Pada Konsumen *Online Shop* Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk (X_1) dan kemudahan transaksi (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y_1) *online shop* mahasiswa manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?
2. Apakah kualitas produk (X_1) dan kemudahan transaksi (X_2) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y_2) *online shop* mahasiswa manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?

3. Apakah kualitas produk (X_1) yang dimediasi dengan kepuasan konsumen (Y_1) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y_2) *online shop* mahasiswa manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?
4. Apakah kemudahan transaksi (X_2) yang dimediasi dengan kepuasan konsumen (Y_1) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y_2) *online shop* mahasiswa manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?

1.3. Batasan Masalah

Ada banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Namun, peneliti dalam penelitian ini hanya akan membahas pengaruh kualitas produk kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan konsumen *online shop* di Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen *online shop* di Universitas Muhammadiyah Ponorogo

3. Mengetahui pengaruh kualitas produk yang dimediasi kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen *online shop* di Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Mengetahui pengaruh kemudahan transaksi yang dimediasi kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen *online shop* di Universitas Muhammadiyah Ponorogo

1.3.2. Manfaat Penelitian

Berasarkan tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada peneliti tentang pentingnya pengaruh kualitas produk dan kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian sejenis.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan diharapkan mampu memberikan pengetahuan serta pembelajaran agar lebih memperhatikan pentingnya pengaruh kualitas produk dan kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan serta referensi bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian dengan materi atau judul yang sama.

