

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini, persaingan dalam dunia bisnis utamanya dalam bidang perdagangan semakin terasa. Hal ini ditandai dengan banyaknya kemunculan kompetitor baru yang menjadi pesaing dan bisa menyebabkan loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan mengalami penurunan. Persaingan yang ketat dalam bisnis perdagangan menuntut perusahaan untuk memberikan layanan yang berkualitas agar pelanggan tetap loyal terhadap perusahaan tersebut. Banyaknya kompetitor sejenis menyebabkan pelanggan goyah dan cenderung membandingkan satu perusahaan dengan perusahaan kompetitor, dan hal ini menyebabkan loyalitas pelanggan menurun. Seperti halnya yang terjadi di Chiken King Ponorogo. Pada tahun 2015 Chiken King merupakan salah satu perusahaan jual beli ayam yang mendominasi diponorogo, dengan penjualan perhari mencapai 1 ton atau 500 ekor ayam potong dan ras, tetapi semenjak tahun 2018, penjualannya semakin menurun menjadi 500 kg atau 250 ekor ayam dalam sehari. Penyebab turunnya penjualan tersebut dipengaruhi oleh banyaknya bermunculan pedagang yang sejenis. Perlu adanya pengamatan atau pengkajian lebih dalam mengenai turunnya loyalitas pelanggan terhadap Chiken King Ponorogo.

Loyalitas pelanggan sendiri merupakan suatu komitmen terhadap pembelian produk atau jasa dimasa depan mesti terdapat adanya pengaruh

persaingan perusahaan yang menyebabkan seseorang beralih (Kotler dan Keller, 2009). Loyalitas pelanggan bisa terbentuk apabila suatu perusahaan bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, akan tetapi memberikan pelayanan yang memuaskan atau sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah. Perusahaan terkadang sudah merasa memberikan yang terbaik kepada pelanggan akan tetapi hal tersebut belum tentu bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan. Usaha dalam memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win-win situation* yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan (Ardhana, 2010). Hal inilah yang menjadi tantangan bagi perusahaan untuk mengerti dan memahami kemauan pelanggan. Dengan mengetahui kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat mendapatkan kepuasan bagi pelanggan (Kotler, 2011).

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada. Terdapat berbagai faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satu

diantaranya adalah adanya kualitas pelayanan atau *service quality* yang baik terhadap pelanggan yang diberikan oleh perusahaan.

*Service quality* memiliki peranan yang penting dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan selalu menginginkan pelayanan yang baik serta memuaskan. Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, dimana kualitas layanan dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan kualitas layanan yang baik maka akan terjadi peningkatan reputasi produk yang selanjutnya akan dikenal di masyarakat dan terjadi peningkatan pelanggan yang diikuti dengan peningkatan keuntungan (Lestari, 2013). Akan tetapi, kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh adanya *service quality* yang baik. Faktor lain yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah penetapan harga yang sesuai dengan harga pasar.

Penetapan harga sangat penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan. Harga berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pendapatan pada suatu perusahaan. Menurut Utami dan Oetomo (2015) Harga merupakan jumlah yang ditetapkan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan produksi maupun distribusi barang atau jasa agar mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan. Dimata konsumen, harga merupakan suatu hal yang sangat sensitif, karna sekali saja penetapan harga pada suatu perusahaan itu berbeda dengan harga pasar atau dalam artian penetapan harganya lebih tinggi dari harga pasar, maka besar

kemungkinan pelanggan kita akan komplain atau malah berpindah ke perusahaan sejenis lain. Tidak hanya itu, ketika pelanggan menemukan perusahaan dengan harga yang lebih murah dari harga barang di perusahaan kita, maka besar pula kemungkinan pelanggan untuk berpindah menjadi pelanggan perusahaan kompetitor yang sejenis. Kita harus berhati-hati dalam menetapkan harga dan sebagai pelaku bisnis, usahakan untuk selalu memantau harga pasar agar kita selalu mengetahui perubahan harga yang ada, karena memang harga sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Dengan banyaknya pesaing, mendapatkan apalagi mempertahankan pelanggan sangatlah sulit, untuk itu selain dari pelayanan yang berkualitas dan konsumen yang selalu merasa puas, lokasi mempunyai peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Swashta (2002) mengemukakan bahwa lokasi (place) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Mempunyai perusahaan yang berlokasi ditempat yang strategis dan mudah dijangkau tentunya mempunyai nilai *plus* tersendiri dimata pelanggan. Pelanggan dalam mencari apa yang mereka butuhkan, biasanya mereka memprioritaskan perusahaan yang lokasinya mudah dijangkau dan dekat dengan mereka, karena akan lebih efisien dalam hal waktu dan biaya.

Penelitian ini menguji kembali penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Karomah, Arifin, Hufron (2018); Harianto, Subagio

(2013); Irawan (2013); Hamonangun (2010); dan Kurniasih (2012). Hamonangun (2010) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan bengkel caesar semarang. Berdasarkan pemaparan diatas, motivasi yang mendorong mengepa penelitian ini dilakukan adalah agar mendapat gambaran apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini akan menguji kembali penelitian sebelumnya dengan mengacu pada penelitian Karomah, Arifin dan Hufron (2018) yang meneliti tentang kualitas produk, pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada rumah makan super geprek dinoyo malang. Pentingnya dilakukan penelitian yang sama di Indonesia khususnya di ponorogo dikarenakan saat ini banyak pelanggan yang loyalitasnya rendah akibat dari banyaknya kompetitor sejenis yang muncul dengan menawarkan harga dan kualitas pelayanan yang beragam, sehingga menyebabkan pelanggan tetap yang ada di suatu perusahaan itu mulai membandingkan antara perusahaan yang telah lama menjadi langganannya dengan perusahaan yang baru. Perlu adanya deteksi sejak dini mengenai faktor apa saja yang bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, peneliti termotivasi untuk meneliti mengenai faktor yang menjadi penyebab loyalitas pelanggan di Chiken King Ponorogo dengan judul penelitian **“Pengaruh Service Quality, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan**

## Sebagai Intervening Studi Kasus Pada Toko Ayam Chiken King Ponorogo”.

### 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Chiken King Ponorogo?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Chiken King Ponorogo?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Chiken King Ponorogo?
4. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Chiken King Ponorogo?
5. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Chiken King Ponorogo?
6. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Chiken King Ponorogo?
7. Apakah Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Chiken King Ponorogo?
8. Apakah *Service Quality*, Harga dan Lokasi yang dimediasi oleh kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Chiken King Ponorogo?

### 1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1. Tujuan Penelitian :

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan Chiken King Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan Chiken King Ponorogo.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pelanggan Chiken King Ponorogo.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan Chiken King Ponorogo.
- e. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Chiken King Ponorogo.
- f. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Chiken King Ponorogo.
- g. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Chiken King Ponorogo?
- h. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality*, Harga dan Lokasi yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Chiken King Ponorogo.

### **1.2.3. Manfaat Penelitian :**

#### **a. Bagi Peneliti**

Diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran utamanya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

#### **b. Bagi Perusahaan yang diteliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang apa saja yang menjadi faktor loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan agar kedepannya perusahaan tersebut diharapkan mampu memperbaiki kualitas layanan dan kinerjanya agar konsumen tetap loyal terhadap perusahaan tersebut.

#### **c. Bagi Akademisi**

Diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi dalam pengembangan literatur manajemen pemasaran terutama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan serta dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

#### **d. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian sejenis dan lebih lanjut dalam bidang yang sama.