

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Konsumen merupakan sosok individu atau kelompok yang mempunyai peran *urgent* bagi perusahaan. Hal ini disebabkan keberadaan konsumen mempunyai akses terhadap eksistensi produk dipasaran sehingga semua kegiatan perusahaan akan diupayakan untuk bisa memposisikan produk agar dapat diterima oleh konsumen. Eksistensi kebutuhan yang sifatnya heterogen kemudian menjadi dasar bagi konsumen untuk melakukan tindakan pemilihan atas tersedianya berbagai alternatif produk. Tindakan konsumen itu sendiri merupakan suatu refleksi dari suatu rangkaian proses tahapan pembelian dimana implikasi atas tindakannya tersebut akan mengantarkan pada suatu penilaian bahwa produk dapat diterima oleh pasar atau justru terjadi penolakan oleh pasar (Mabruroh,2003).

Konsumen dan pelanggan merupakan mitra utama bagi pemasar. Pelanggan (*Customer*) berbeda dengan konsumen (*Consumer*), seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang dalam jangka waktu tertentu, apabila jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli (Musanto, 2004).

Pemasar pada umumnya menginginkan bahwa pelanggan yang diciptakan dapat dipertahan selamanya. Ini bukan tugas yang mudah mengingat perubahan-perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan seperti selera maupun aspek-aspek psikologis, sosial dan kultural pelanggan (Dharmmesta, 1999).

Terdapat beberapa keuntungan strategik bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seseorang konsumen, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen (Griffin,2002). Seorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi organisasi. Dipertahankan pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi, dan loyalitas mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas (Dharmmesta, 2005). Sementara Kotler (2000) berpendapat bahwa pelanggan yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah lama.

Khoe Yao Tung (1997) mengatakan bahwa untuk menggaet satu pelanggan baru diperlukan biaya mulai lima sampai lima belas kali, dibandingkan dengan menjaga hubungan dengan satu pelanggan lama. Disisi lain, pelanggan yang loyal memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, Memberikan peluang pembelian ulang yang konsisten, peluang lini produk yang dikonsumsi, penyebaran berita baik (*positif word of mouth*), menurunnya elastisitas harga, dan menurunnya biaya promosi dalam rangka menarik pelanggan baru.

Banyak penelitian empiris yang telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang ditengarai turut mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Hardiwan dan Mahdi (2005) kualitas produk yang baik akan diciptakan, mempertahankan kepuasan serta menjadikan konsumen yang loyal. Diputra (2007) membuktikan bahwa jika perusahaan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan konsumen merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta loyalitas konsumen dan

sebaliknya. Menurut Riana (2008) dalam upaya meningkatkan loyalitas merek, pihak perusahaan harus senantiasa meningkatkan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Oleh karena itu kini banyak perusahaan yang berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya salah satunya adalah PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember.

PT. Nipsea paint And Chemicals Jember adalah perusahaan yang mempunyai produk cat merek Nippon paint yang merupakan merek cat yang sudah mempunyai reputasi yang baik dimata konsumen. PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember mempunyai segmen pasar yang khusus yakni kalangan menengah ke atas.harga cat Nippon Paint juga lebih tinggi dibandingkan dengan merk cat lainnya bahkan perbedaan harganya tergolong jauh. Berdasarkan survey disejumlah toko bahan bangunan didapat bahwa harga Nippon Paint.

Berikut ini disajikan data penjualan cat Nippon paint PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember periode 2011-2015 (tabel 1.1):

Tabel 1.1
Data Penjualan PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember
Periode 2011-2015

| Tahun | Target Penjualan (Pcs) | Realisasi Penjualan (Pcs) | Naik / Turun | Persentase perubahan (%) |
|------------------|-------------------------------|----------------------------------|---------------------|---------------------------------|
| 2011 | 1315 | 1399 | | 8,4 |
| 2012 | 1698 | 1789 | Naik | 9,1 |
| 2013 | 2421 | 2189 | Turun | -23,2 |
| 2014 | 2563 | 2890 | Naik | 32,7 |
| 2015 | 2614 | 3019 | Naik | 40,5 |
| Rata-Rata | | | | 13,5 |

Sumber: PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember, 2016

Berdasarkan tabel 1.1 hasil perhitungan rata-rata 13,5% menunjukkan bahwa tingkat penjualan dalam lima tahun terakhir dari tahun 2011 sampai dengan 2015 mencapai 13,5%. Pada tahun 2013 penjualan produk PT. Nipsea Paint And Chemicals tidak memenuhi target penjualan 2421 pcs hanya mencapai 2189 pcs. Pada penjualan tahun 2013 ini masih melampaui target pada tahun 2012. Akan tetapi, fenomena ini tidak dapat dianggap biasa, meskipun pada tahun-tahun lainnya mengalami peningkatan. Penjualan produk dalam perusahaan merupakan masalah yang cukup besar, karena apabila penjualan tidak mencapai target perusahaan, hal ini juga merupakan indikasi adanya ketidakpuasan terhadap produk yang dapat merugikan perusahaan.

Dalam bidang kajian *strategic marketing*, pertumbuhan penjualan merupakan indikator utama dari kinerja pemasaran (Slater dan Nerver, 1997 dalam Hadi, 2003). Meningkatnya volume penjualan PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember mengindikasikan adanya kinerja pemasaran yang baik, dan tentunya sangat berpengaruh positif bagi kelangsungan hidup

perusahaan. Berdasarkan tabel 1.1 pada tahun 2011-2015, jumlah persentase peningkatan volume penjualan jauh menurun bila dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Penurunan persentase peningkatan penjualan tersebut diperkirakan akan terus terjadi apabila PT.Nipsea Paint And Chemicals Jember tidak mengambil langkah strategic untuk mengintisipasinya, karena dewasa ini persaingan penjualan cat Nippon Paint menjadikan konsumen lebih kritis untuk melakukan pembelian atas produk cat Nippon Paint yang mereka butuhkan (Ekonomi dan Bisnis, 2007; Rullastuti, 2007).

Pihak PT. Nipsea Paint and Chemicals Jember harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerja pemasarannya tersebut, demi profitabilitas perusahaannya di masa mendatang. Diperlukan pemahaman yang serius dari pihak PT.Nipsea Paint And Chemicals Jember terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan volume penjualan, untuk terus meningkatkan dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini akan menguji faktor-faktor yang akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas pembeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong penciptanya loyalitas dibenak pelanggan yang merasa puas tadi (Aaker dan Keller, 1990). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan volume penjualan suatu produk atau jasa pada perusahaan dapat dijadikan sebagai indikator untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggannya.

1.2 BATASAN DAN RUMUSAN MASALAH

1.2.1 Batasan Masalah

Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember). seluruh pelanggan di PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember sebanyak 48 orang.

1.2.2 Rumusan Masalah

Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember, diantaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan dan masih banyak faktor lainnya, namun dalam penelitian ini dipilih tiga faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yakni kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan. Dari latar belakang maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh faktor kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember ?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember ?
3. Apakah terdapat pengaruh faktor kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember ?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember secara simultan?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini merupakan jawaban atas masalah yang diteliti. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai :

1. Menganalisis pengaruh faktor kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember.
2. Menganalisis pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember.
3. Menganalisis pengaruh faktor kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember secara simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Sebagai salah satu bahan informasi atau bahan kajian dalam menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam suatu perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan gambaran yang mendalam bagi pihak PT. Nipsea Paint and Chemicals Jember mengenai faktor-faktor yang diidentifikasi mempengaruhi loyalitas pelanggan peserta hubungan antara variable dalam peneliyian ini sehingga PT. Nipsea Paint And Chemicals Jember dalam mengambil keputusan dan menerapkan kebijakan yang tepat dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi dilapangan, serta untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran.

c. Bagi Pihak Lain

Sebagai salah satu bahan informasi yang berguna serta dapat memberikan gambaran bagi penelitian selanjunya dalam bidang manajemen pemasaran.