

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi persaingan dalam dunia bisnis pada saat ini berada dalam keadaan persaingan yang sangat ketat. Masing-masing perusahaan baik yang berskala besar maupun kecil berusaha menonjolkan keunggulan pada setiap produknya agar dapat menarik konsumen. Hal ini sangat penting karena dalam usaha mensyaratkan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Tanpa adanya konsumen, setiap perusahaan khususnya usaha kuliner akan kehilangan pendapatannya yang berakibat pada jatuhnya bisnis tersebut.

Untuk mencapai tujuan dari setiap perusahaan yang bersaing tidaklah mudah, diperlukan strategi-strategi khusus untuk memenangkan persaingan. Untuk setiap bisnis kuliner berusaha meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaan salah satunya ialah dengan cara memberikan kualitas terbaik untuk setiap produk yang dijual.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:30) “kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta

kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana hal tersebut akan memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada pelanggan.

Selain faktor kualitas produk diduga ada faktor lain yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk, yaitu lokasi dan nilai emosional. Menurut Heizer (2012:20) lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan. Pemilihan lokasi untuk berbisnis harus dilakukan secara hati-hati, meskipun kesuksesan tidak hanya bergantung pada lokasi bisnis. Maka untuk itu para pelaku bisnis harus mempertimbangkan hal-hal strategis dalam penentuan lokasi.

Kaitannya dengan bisnis kuliner dimana perusahaan di tuntut untuk mampu menumbuhkan emosi positif sehingga ketika suatu produk digunakan atau di konsumsi memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya. Keunggulan tersebut diharapkan dapat menguatkan nilai emosional pelanggan dalam loyalitas konsumen. Karena emosi merujuk pada suatu perasaan dan pikiran yang khas. Suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak baik rangsangan dari luar maupun dari dalam individu. Menurut Tjiptono(2011:27) Apabila pelanggan mengalami perasaan positif (*positive feeling*) pada saat membeli atau menggunakan suatu produk maka produk tersebut memberikan nilai emosional.

Nilai emosional begitu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan seperti pengalaman yang menyenangkan atau ada faktor yang lainnya. Pelanggan yang

loyal merupakan kunci sukses suatu bisnis tau usaha. Mempertahankan pelanggan yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang paling utama dari pada mendapatkan pelanggan baru. Hal ini dikarenakan untuk merekrut atau mendapatkan pelanggan baru bukan hal yang mudah dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit, maka sangatlah rugi bila perusahaan melepas pelanggan yang loyal begitu saja.

Warung Ucok Durian merupakan sebuah usaha kuliner yang bergerak pada penjualan buah Durian. Nama Ucok Durian begitu tenar sehingga menjadi semacam syarat wajib mampir bagi pelancong yang datang ke kota Medan. Lokasinya yang strategis dan desain tempat yang cukup luas dengan meja dan kursi yang tertata dengan rapi, juga motif cat yang didominasi oleh warna kuning sesuai dengan warna produk yang dijual yaitu durian membuat pengunjung merasa nyaman untuk duduk dan mengobrol bersama teman atau keluarga sambil menikmati durian.

Akan tetapi, dengan banyaknya pesaing yang ada seperti Durian Pak Singlet, Durian Pelawi, Durian house, ataupun Dadang Durian. Ucok Durian masih diminati oleh banyak pelanggan dari Medan maupun luar kota yang datang berkunjung ke medan, oleh sebab itu Ucok durian dituntut untuk mampu memberikan jaminan bagi para pelanggannya yang ingin menikmati buah durian dengan kualitas terbaik. Pada zaman sekarang paradigma masyarakat yang hanya berfokus pada harga yang rendah mulai bergeser kepada fokus kualitas produk. Karena itu Ucok Durian memang selalu dituntut untuk cepat tanggap dalam memenuhi permintaan durian yang berkualitas, sehingga menimbulkan nilai

emosional pelanggan untuk loyalitas terhadap produk/jasa yang ditawarkan ditambah lagi lokasi dari Uco Durian Medan yang strategis.

Berdasarkan paparan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Nilai Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Uco Durian Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakan masalah diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Uco Durian Medan.
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan Uco Durian Medan.
3. Bagaimana pengaruh Nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan Uco Durian Medan
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, lokasi dan nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan Uco Duiran Medan.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari kesimpangsiuran dalam penelitian ini serta mengingat keterbatasan waktu dan keterbatasan penulis maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini

adalah pengaruh kualitas produk, lokasi dan nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan UcoK Durian Medan

1.4 Perumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UcoK Durian Medan.
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UcoK Durian Medan.
3. Apakah nilai emosional berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UcoK Durian Medan.
4. Apakah kualitas, lokasi dan nilai emosional berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UcoK Durian Medan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UcoK Durian Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan UcoK Durian Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan UcoK Durian Medan

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, lokasi dan nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan Ucoc Durian Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah

1. Bagi peneliti

Sebagai wahana dalam menambah ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya mengenai kualitas produk, lokasi dan nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi perusahaan

Sebagai tambahan informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai sumbangsih pemikiran dan sebagai bahan pertimbangan dalam mengatasi permasalahan yang terkait dengan penelitian.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan literatur kepustakaan Universitas dibidang penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, lokasi dan nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan.

4. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan referensi bagi pihak yang ingin mengembangkan penelitian di masa mendatang, khususnya penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produksi, lokasi dan nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan.