

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini telah membawa para pelaku dunia usaha memasuki persaingan yang sangat ketat dalam memperebutkan konsumen. Berbagai usaha dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat melalui sarana dan prasarana yang lebih baik. Terutama untuk menghadapi perusahaan sejenis yang semakin pesat bermunculan sebagai pesaing baru. Persaingan untuk mendapatkan perhatian dari konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Oleh karena itu setiap perusahaan di dorong untuk mampu melakukan hal - hal yang dianggap lebih baik dari pesaing guna mampu menghadapi tantangan tersebut. Orientasi dunia pemasaran telah mengalami perubahan dari *profit orientied* kepada *satisfied orientied*. Hal ini menyebabkan perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler, 2001:98). Salah satu jenis usaha yang saat ini

mengalami pertumbuhan yang sangat pesat adalah bisnis pada bidang makanan dan minuman. Terutama pada jenis makanan seperti *bakery*. Padatnya aktifitas yang dihadapi masyarakat saat ini membuat masyarakat lebih banyak memutuskan membeli makanan siap saji sebagai bekal atau cemilan. Hal tersebut mendorong perusahaan di bidang makanan tumbuh sangat pesat.

Ada berbagai cara yang dilakukan perusahaan untuk mendorong peningkatan produksi usahanya. Hal tersebut dilakukan untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan saat ini menjadi suatu penentu keberhasilan perusahaan menjalankan usahanya. Dengan terciptanya loyalitas pelanggan maka perusahaan otomatis mampu tetap *survive* di tengah persaingan.

Loyalitas pelanggan tercipta karena adanya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari usaha perusahaan untuk memenuhi setiap kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi senjata yang sangat ampuh untuk mendapatkan kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Sebab apabila pelanggan merasa puas terhadap hasil ataupun produk yang dibuat perusahaan, maka akan memberikan nilai positif bagi perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan

Kualitas produk menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu usaha. Agar perusahaan dapat tetap bertahan ditengah persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan perlu melakukan usaha - usaha yang sangat berpengaruh untuk mempertahankan kualitas produk tetap baik ataupun meningkatkan kualitas dari suatu produk agar tetap mampu menjadi produk yang unggul. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas

tinggi lebih akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Mengetahui kualitas produk sangat penting untuk menjaga agar produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan kemauan pelanggan.

Selain kualitas produk, masih ada pula faktor lain yang juga berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan. Yaitu citra merek dari perusahaan yang memproduksi produk tersebut. Citra merek ini bisa berupa kesan terhadap perusahaan tersebut atau kesan pada merek produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut.

Citra merek mampu menimbulkan kecenderungan konsumen untuk lebih memilih membeli suatu merek produk dibanding produk sejenis dengan merek lain. Citra merek juga menjadi suatu penentu keberhasilan perusahaan untuk tetap *survive* pada kegiatan pasar yang semakin hari semakin kompetitif.

Citra merek maupun kualitas produk sama sama berpengaruh terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan. Secara langsung citra merek ataupun kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dan kepuasan konsumen sebagai variabel yang saling berhubungan juga mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Citra merek ataupun kualitas produk juga mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.

Ganda adalah toko yang menjual berbagai jenis roti dan kue. Toko roti ini merupakan toko roti yang paling pesat perkembangannya di Kota Pematangsiantar. Toko roti ini merupakan toko roti yang khas berada di kota

Pematangsiantar. Maka produknya merupakan produk yang menjadi ciri khas Kota Pematangsiantar. Hal ini merupakan strategi yang sangat baik untuk bisa bertahan dalam persaingan dengan perusahaan sejenis

Loyalitas pelanggan pada Toko Roti Ganda disebabkan adanya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tersebut juga disebabkan adanya faktor yang mempengaruhi yaitu kualitas produk Roti Ganda serta Citra Merek yang dimiliki oleh Toko Roti Ganda. Selain itu loyalitas pelanggan secara langsung juga dipengaruhi oleh faktor kualitas produk Roti Ganda dan Citra Merek yang dimiliki Toko Roti Ganda.

Perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen dipuaskan dengan memberikan citra produk yang positif serta kualitas produk yang baik. Artinya, memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan konsumen, dengan tujuan untuk mendapatkan para konsumen yang loyal (setia) sehingga memberikan manfaat yang tinggi bagi perusahaan.

Ganda juga selalu menyajikan ketersediaan produk dengan kualitas yang baik dan serta *fresh from the oven* setiap harinya. Disamping itu Ganda yang merupakan toko roti khas di Kota Pematangsiantar memiliki nilai plus dibandingkan dengan gerai toko roti lainnya. Sehingga mampu memberikan citra berbeda dibanding toko roti lain yang juga ada di Kota Pematangsiantar. Dengan menjaga kualitas produk serta citra merek, maka akan membuat perusahaan semakin ramai dikunjungi oleh para konsumen. Serta mampu menghasilkan kepuasan pelanggan serta menciptakan loyalitas pelanggan.

Dari hal – hal tersebut di atas maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul, **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar ”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Bagaimana citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.
2. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.
3. Bagaimana citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.
4. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.
5. Bagaimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.
6. Bagaimana citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.

7. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.

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 citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar”.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar ?
3. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar ?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar ?

5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar ?
6. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar ?
7. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar ?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.

6. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi peneliti,

Sebagai studi perbandingan antara pengetahuan teoritis yang diperoleh di perkuliahan dengan kondisi nyata di lapangan, khususnya tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.

2. Bagi perusahaan,

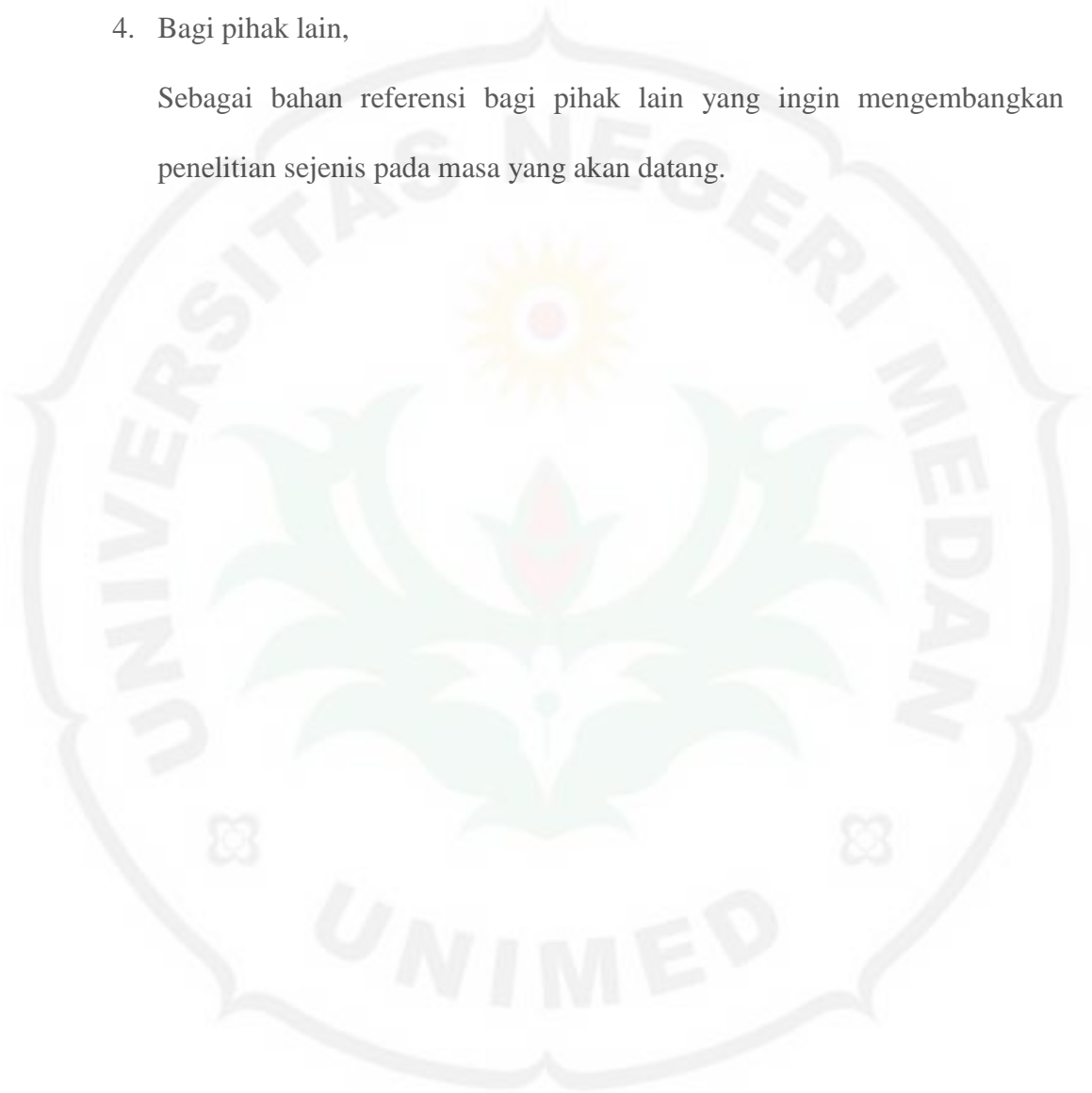
Sebagai tambahan informasi dan masukan kepada pihak perusahaan dalam mengambil kebijakan yang terkait dengan konsumen.

3. Bagi Universitas Negeri Medan,

Sebagai tambahan *literature* kepustakaan Universitas di bidang penelitian tentang citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.

4. Bagi pihak lain,

Sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang ingin mengembangkan penelitian sejenis pada masa yang akan datang.



THE
Character Building
UNIVERSITY