



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis menjadi sangat sulit, karena banyaknya perusahaan-perusahaan baru di dalam dunia perindustrian. Hal ini memaksa para pengusaha untuk lebih berinovasi dan kreatif dalam menyajikan barang atau jasa yang saat ini sedang dibutuhkan oleh para konsumen agar tidak tergeser keberadaannya karena semakin banyaknya perusahaan yang bertujuan untuk menjadi yang terbaik. Maka dari itu, banyak cara yang dilakukan perusahaan-perusahaan untuk dapat menjalankan usahanya dengan lancar dan membuat konsep pemasaran dengan baik. Salah satunya melakukan konsep bauran pemasaran.

Ekonomi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Seiring perkembangan zaman, tentu kebutuhan terhadap manusia bertambah. Oleh karena itu ekonomi secara terus-menerus mengalami pertumbuhan dan perubahan. Seperti yang kita ketahui, Indonesia merupakan Negara yang apabila kita lihat dari segi ekonominya merupakan Negara yang sedang berkembang dan bergerak menjadi Negara yang maju.

Negara yang maju dan mampu bersaing dengan Negara lainnya, tentunya diperlukan peranan dari pemerintah dan perusahaan-perusahaan besar yang berada di Negara Indonesia. Di era yang semakin canggih dan serba modern ini, suatu perusahaan dalam pencapaian keunggulan dan keuntungan perusahaan secara menyeluruh tidak lepas dari penyediaan produk yang berkualitas.

Industri amplas di Indonesia merupakan sebuah prospek usaha yang tingkat pertumbuhan ekonominya bertumbuh pesat dari tahun demi tahun. Hal ini dapat kita lihat dari semakin bertambahnya industri amplas yang terus



bertambah dari waktu ke waktu demi memenuhi kebutuhan perusahaan yang membutuhkan produk tersebut guna mempermudah proses produksi.

Konsumen menjadi peranan penting untuk menentukan keberhasilan dari suatu perusahaan, maka perusahaan wajib memberikan kualitas produk yang terbaik untuk menciptakan kepuasan dari konsumen tersebut. Namun Apakah bauran pemasaran seperti kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen? banyak permasalahan yang dialami industri di bidang amplas diantaranya produk yang cacat, ketidakcocokan harga, dan kurang mempromosikan barang.

Kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu barang atau jasa (Hansen dan Mowen. 2005). Jika kualitas produk yang tidak baik dikarenakan karyawan belum terlatih, beban kerja yang melampaui batas, ketidakmampuan untuk memenuhi standard kinerja yang ditetapkan. Maka dari itu setiap perusahaan harus dapat melatih para pekerjanya dengan baik agar pekerja dapat memberikan produk yang berkualitas agar tidak adanya cara pandang yang tidak sesuai dengan konsumen sehingga konsumen merasa nyaman terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Dengan adanya kualitas produk dan harga yang diberikan pada konsumen tersebut apakah menciptakan pembelian ulang atau tidak yang dilakukan oleh konsumen.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2010:314). Harga produk yang bersaing juga dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Tetapi ada juga perbedaan yang jauh karena berbeda *type* dalam barang amplas, seperti harga amplas dari Jepang dengan harga amplas dari China. Untuk itu, banyak macam konsumen yang memilih produk bagus dan harga murah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diperoleh identifikasi masalah yang akan diteliti sesuai dengan batasan kemampuan peneliti, adalah sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan amplas NCA Buffalo di PT. Harsco Nugraha Jakarta?
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan amplas NCA Buffalo di PT. Harsco Nugraha Jakarta?
3. Siapa sajakah pesaing utama PT. Harsco Nugraha di bidang amplas?
4. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di PT. Harsco Nugraha ?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, maka ruang lingkup dari penelitian ini dibatasi sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan amplas NCA Buffalo di PT. Harsco Nugraha Jakarta ?
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan amplas NCA Buffalo di PT. Harsco Nugraha?

D. Batasan Penelitian

Agar melakukan analisis ini, maka penulis harus membatasi penelitian pada :

1. Periode penelitian dilakukan dari bulan Februari sampai dengan Juni 2020.
2. Objek penelitian adalah PT. Harsco Nugraha Jakarta.
3. Subjek penelitian adalah konsumen yang melakukan pembelian dalam kurun waktu satu tahun terakhir.



E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan berupa batasan penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “ Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Amplas NCA Buffalo pada PT. Harsco Nugraha Jakarta ?”

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan amplas NCA Buffalo di PT. Harsco Nugraha Jakarta.
2. Pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan amplas NCA Buffalo di PT. Harsco Nugraha Jakarta.

G. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas penelitian ini, antara lain:

Bagi Perusahaan:

1. Dapat menjadi gambaran untuk menerapkan strategi yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan loyalitas konsumen pada produk dan harga.
2. Dapat menjadi alat masukan bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen PT. Harsco Nugraha.
3. Memperoleh masukan untuk mengantisipasi apa yang diinginkan konsumen amplas.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Bagi Pembaca:

1. Sistem referensi bagi pembaca selanjutnya yang akan melakukan penelitian terhadap loyalitas konsumen.
2. Sebagai tambahan informasi untuk menambah wawasan terhadap faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam melakukan keputusan penggunaan barang ulang terhadap produk amplas.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

