

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis tiap waktu akan semakin ketat. Akhir-akhir ini banyak produsen yang memproduksi barang hampir sama serta memiliki kualitas yang serupa. Hal ini dapat dilihat dari keberagaman merek produk lokal yang dijual kepada masyarakat khususnya untuk produk sandal antara lain seperti merek Homypad, Cortica, Hijack Sandals, Carvil, Karsten, Heiden, Megumi, Neckermann, Bata serta bermacam-macam merek lainnya. Melihat persaingan merek yang begitu ketat membuat perusahaan harus berfikir bagaimana membuat konsumen tetap setia pada merek mereka. munculnya era industri 4.0 memberikan dorongan pada pengusaha untuk melakukan inovasi produk agar dapat bersaing dengan kompetitor. (Sumber: www.bukalapak.com)

Seperti yang kita ketahui bahwasannya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional, hal ini terlihat pada kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Namun disisi lain, perjalanan dari salah satu industri manufaktur yaitu Pengrajin Sepatu Sandal tidak berjalan dengan optimal. Padahal, jika kita cermati lebih jauh, pengembangan usaha ini dapat berkontribusi besar terhadap pembangunan daerah dan pengentasan kemiskinan dengan cara mengurangi pengangguran dan pemberdayaan masyarakat secara signifikan.



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sepatu menjadi salah satu kebutuhan para kaum milenial karena akan menentukan *fashion* masing-masing dari mereka, diyakini bila ingin tampil lebih trendi harus menggunakan model sandal atau sepatu yang lebih baik. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2020 mengatakan bahwasannya jenis-jenis barang atau jasa yang paling banyak terjual adalah makanan, minuman dan bahan makanan, yaitu sebesar 30,95% lalu mengikuti urutan kedua yaitu *fashion*, meliputi baju, kemeja, jaket, kaos, alas kaki, aksesoris, ikat pinggang, danacamata dengan proporsi 23,95%. Mengikuti urutan ketiga adalah jenis barang atau jasa yang tergabung dalam kategori lainnya, yang terdiri dari jasa kesehatan, terapi refleksi dan lain-lain mencapai 17,99%. Sedangkan urutan kosmetik atau alat kecantikan lainnya menempati pisis keempat dengan porsi 8,87% dan yang terakhir menempati urutan kelima adalah barang-barang rumahtangga seperti furnitur, peralatan dapur dan lain-lain yang terjual sebesar 8,29%.

TABEL 1.1

**SELISIH PENJUALAN PRODUK BARANG DAN JASA BERDASARKAN
BADAN PUSAT STATISTIK TAHUN 2020**

No	Jenis	Proporsi
1	Makanan dan minuman	30,95%
2	Fashion	23,95%
3	Jasa (jasa kesehatan, terapi dan refleksi)	17,99%
4	Kosmetik dan kecantikan	8,87%
5	Barang-barang rumah tangga (furnitur dan peralatan dapur)	8,29%

Sumber: BPS Tahun, 2020

Tabel 1.1 menunjukkan bahwasannya fashion masih memiliki posisi yang tidak kalah penting dengan produk makanan dan minuman, lalu diikuti dengan jasa

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(jasa kesehatan, terapi dan refleksi), selanjutnya kosmetik dan kecantikan dan barang-barang rumah tangga (furnitur dan peralatan dapur).

Melihat jejak dari laporan Badan Pusat Statistik Tahun 2020, *fashion* memiliki ketertarikan khusus dalam pemenuhan kebutuhan konsumen yaitu kebutuhan akan gaya hidup untuk tampil trendi. Berbicara mengenai *fashion* sepatu merupakan *fashion* yang tak kalah penting untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup masa kini dan Foule adalah salah satu industri sepatu brand lokal Indonesia yang saat ini sudah berjalan selama kurang lebih 4 tahun. Industri sepatu ini memproduksi jenis sandal dan sepatu wanita dengan model yang kekinian dan modern, namun disisi lain Foule sendiri mengalami beberapa permasalahan dalam penjualannya.

TABEL 1.2

DATA PENJUALAN TOKO SANDAL DAN HEELS FOULE

No	Tahun Penjualan	Penjualan	Total
1	2017	1125	Rp 30.043.000
2	2018	1211	Rp 34.230.500
3	2019	741	Rp 18.078.500
4	2020	627	Rp 16.500.000

Sumber: Toko sandal dan heels Foule

Dari data penjualan Toko sepatu tersebut terlihat bahwasannya mengalami penurunan penjualan pada tahun 2019 dan 2020. Salah satu penyebab penurunan penjualan sendiri diindikasikan adanya pengalaman yang kurang baik yang dirasakan oleh para konsumen. Menurut Schmitt (1999) idealnya, sebuah usaha yang ingin menerapkan *experimental marketing* mampu memberikan pengalaman yang mendalam, pengalaman yang akan terus-menerus membangkitkan kenangan,

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.

sehingga konsumen menjadi loyal. Hal ini semakin jauh dari apa yang diharapkan oleh pemilik toko. Adapun pada 2 tahun sebelumnya mengalami banyak orderan dari konsumen. Penyebab dari pada peneliti yang membahas pengalaman konsumen terhadap kepuasan dan loyalitas.

Tabel 1.3

Data Kepuasan Konsumen

Tahun	Puas	Tidak Puas
2018	36	4
2019	35	10
2020	44	18

Sumber: Toko sandal dan heels Foule

Berdasarkan Tabel 1.3 dari sekian banyak konsumen, hanya beberapa dari mereka yang rela mengisi kotak kepuasan konsumen, hal ini dikarenakan sebagian besar banyak yang melakukan pembelian *online* sehingga sulit untuk memberikan angket survei kepuasan konsumen, disisi lain masalah yang paling penting untuk ditangani adalah meningkatnya ketidakpuasan dari para konsumen terhadap pelayanan ataupun produk Foule sendiri. Berkaitan dengan pelanggan yang sering membeli produk Foule mereka sering mengeluhkan terkait warna dan model, harapan mereka agar produk Foule memiliki warna yang lebih varian serta model yang lebih banyak.

Melalui data ini maka peneliti akan melihat apakah di tahun-tahun selanjutnya toko Foule sendiri memiliki pelanggan yang sering melakukan *repeat order* dan apa penyebab utamanya yang membuat penurunan yang tinggi terhadap penjualan sepatu tersebut. Maka dari itu peneliti akan mengambil judul



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.



“PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN TERHADAP LOTALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN”. Judul ini dirasa dangat

tepat untuk menggambarkan keadaan pada salah satu Usaha Kecil dan Mikro (UKM) di atas.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah pengalaman konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen toko sandal dan heels Foule?
2. Apakah kepuasan konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen toko sandal dan heels Foule?
3. Apakah pengalaman konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen toko sandal dan heels Foule?
4. Apakah pengalaman konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen toko sandal dan heels Foule?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti menjadi:

1. Bagaimana pengaruh pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen toko sandal dan heels Foule?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



2. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen toko sandal dan heels Foule?
3. Bagaimana pengaruh pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen toko sandal dan heels Foule?
4. Bagaimana pengaruh pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen toko sandal dan heels Foule?
5. Bagaimana pengaruh pengalaman konsumen dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen toko sandal dan heels Foule secara bersamaan?

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang ditetapkan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah pengalaman konsumen, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada toko sandal dan heels Foule.
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian sepatu lebih dari satu kali pada Toko sandal dan heels Foule.
3. Wilayah penelitian dalam penelitian ini dilakukan di Jakarta.
4. Periode penelitian dimuali dari bulan Desember 2021 sampai dengan Januari 2022.



E. Rumusan Masalah



Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian di atas, maka rumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Apakah pengalaman konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada toko sandal dan heels Foule di Jakarta?”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman konsumen dengan loyalitas konsumen toko sandal dan heels Foule di Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan toko sandal dan heels Foule di Jakarta.

G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk membangun loyalitas konsumen pada toko sandal dan heels Foule di Jakarta.

2. Manfaat Teoritis

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Bagi Pembaca
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca mengenai pengaruh pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada toko sandal dan heels Foule di Jakarta.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya, yang akan melakukan pengembangan di masa yang akan datang, khususnya mengenai pengalaman konsumen, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.