

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas utama dari sebuah perusahaan industri manufaktur adalah pengolahan dari bahan mentah atau bahan baku menjadi sebuah produk yang akan ditawarkan ke pasaran. Pada kegiatannya, perusahaan manufaktur terpaku pada Standar Operasional Prosedur (SOP) yang dimiliki oleh karyawan perusahaan.¹ Perusahaan manufaktur memiliki banyak jenis industri, salah satu industri dalam perusahaan manufaktur adalah makanan dan minuman (*food and beverage*).

Di Indonesia perusahaan manufaktur *food and beverage* sangat berkembang dengan pesat karena memegang peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen.² Perusahaan manufaktur *food and beverage* bertahan lebih lama dibandingkan dengan sektor yang lainnya karena dalam kondisi apapun produk makanan dan minuman tetap dibutuhkan masyarakat. Di Indonesia perusahaan di bidang industri makanan dan minuman sudah sangat banyak, baik perusahaan yang masih kecil, berkembang maupun perusahaan besar.³ Hal ini, terlihat dari jumlah industri *food and beverage* di Indonesia

¹ Gebi Gabriele, Analisis Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) di Departemen Marketing dan HRD PT. Cahaya Indo Persada, *Jurnal AGORA*, Vol. 6, No. 1, 2018, hal. 2

² Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, “*Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan*” dalam <https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>, diakses 1 Juni 2023

³ *Ibid.*,

yang semakin bertambah, khususnya semenjak memasuki fase krisis berkepanjangan dan menimbulkan kondisi yang membuat persaingan dalam industri semakin ketat.⁴

Industri makanan dan minuman tetap menjadi andalan penopang pertumbuhan industri non migas, dengan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 38,35% di tahun 2022. Pada tahun yang sama industri makanan dan minuman juga ikut berkontribusi dalam kegiatan ekspor mencapai USD 48,61 miliar dan termasuk dalam industri dengan nilai ekspor tertinggi kelima.⁵

Pada tahun 2022 lapangan usaha Industri Pengolahan berperan besar dalam pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Tulungagung, dengan memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi sebesar 23,44 persen, dibandingkan dengan tahun sebelumnya mengalami pertumbuhan sebesar 5,33 persen.⁶

Perusahaan manufaktur Kerupuk Tahu Mantab Jaya merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak pada sektor makanan dengan produk unggulannya berbahan dasar tahu. Makanan ringan dari olahan tahu ini sangat diminati masyarakat. Ketersediaan tahu yang melimpah dengan harga yang terjangkau membuat produk olahan tahu ini menjadi salah satu kerupuk

⁴ Maizah Rosita dan Rilla Gantino, Pengaruh Hutang terhadap Profitabilitas pada Perusahaan *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011 – 2015, *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5, No.1, Tahun 2017, hal. 2

⁵ Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, “*Industri.....*”, diakses 1 Juni 2023

⁶ Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, “Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Tulungagung Menurut Lapangan Usaha Tahun 2022” dalam <https://tulungagungkab.bps.go.id/pressrelease/2023/03/06/43/produk-domestik-regional-bruto--pdrb--kabupaten-tulungagung-menurut-lapangan-usaha-tahun-2022.html>, diakses 1 Juni 2023

yang memiliki prospek bisnis yang menjanjikan. Mengingat kerupuk merupakan jenis makanan banyak diminati masyarakat Indonesia, dari segala umur menyukai jenis makanan ini. Perkembangan perusahaan Kerupuk Tahu Mantab Jaya cukup baik karena permintaan konsumen selalu ada setiap harinya.

Banyaknya perusahaan manufaktur pada sektor makanan menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan, salah satu faktor penting dalam mempertahankan perusahaan adalah dengan adanya konsumen yang loyal. Loyalitas konsumen adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut.⁷ Jika sebuah produk dapat memberikan kepuasan yang tinggi pada konsumen, maka loyalitas konsumen akan besar sehingga memilih untuk tidak berpindah ke pesaing.⁸ Loyalitas akan dirasakan pelanggan ketika menerima nilai yang baik, termasuk kualitas produk yang tinggi dalam kaitannya dengan harga dibandingkan dengan yang diperoleh.⁹

⁷ Rosalind S. Gibson, *Principles of Nutritional Assessment*, (New York: Press Inc, 2005), hal. 75

⁸ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV. Sah Media, 2019), hal. 20

⁹ Anik Lestari Andjarwati dan Herviana Vidya Purnama Sari, Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo di Carrefour Surabaya), *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.6, No.1, 2018, hal.2

Faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen antara lain yaitu harga, kualitas produk, dan promosi.¹⁰

Harga menjadi salah satu hal sangat diperhatikan ketika akan membeli suatu produk. Keterjangkauan suatu harga menjadi salah satu alasan sikap loyal terbentuk. Harga yang sesuai dengan produk menumbuhkan rasa kepuasan sehingga pelanggan akan tertarik untuk melakukan pembelian kembali. Harga adalah jumlah yang harus dibayarkan atas barang, jasa, atau nilai yang ditukar untuk bisa mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut.¹¹

Kualitas produk merupakan hal penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Kualitas produk yang baik mempengaruhi pemikiran konsumen untuk tetap setia pada sebuah produk. Kualitas produk memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan dapat memberikan yang terbaik dan lebih baik lagi untuk konsumen.¹²

Faktor loyalitas konsumen selanjutnya adalah promosi. Promosi merupakan mekanisme pemasaran yang berfokus pada komunikasi kegiatan pemasaran untuk memfasilitasi transaksi atau pengiriman antara perusahaan

¹⁰ Ridha Maisaroh dan Maulida Nurhidayati, Faktor-Faktor yang Mempengaruh Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1, No.2, 2021, hal.198

¹¹ Tengku Firlil Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hal. 75

¹² Fenny Indrawati, Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening di Cincau Station Surabaya, *Jurnal AGORA*, Vol.6, No.2, 2018, hal. 2

dan konsumen untuk membeli kegiatan yang diperlukan. Promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk konsumen untuk membelinya.¹³

Menurut penelitian oleh Daniel I Nyoman Renatha Cardia pada tahun 2019 bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna kartu Prabayar Smartfren.¹⁴ Penelitian lain oleh Anggita Sri Riyanti pada tahun 2022 menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Promosi secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa di daerah Nganjuk.¹⁵ Selain itu, penelitian oleh Yuyuk Sutrianty M. Madjid pada tahun 2019 bahwa Harga dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Etalase Aluminium Kecamatan Watang Pulu Kabupaten Sidrap.¹⁶

Berdasarkan uraian diatas, penulis mengangkat persoalan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pada Usaha Kerupuk Tahu Mantab Jaya Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung”.

¹³ Gugup Tugi Prihatma, et. all., Pengaruh Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Saluyu Motor Cabang Kecamatan Bojong Kabupaten Pandeglang”, *Jurnal Ekonomi Yokasi*, Vol.4, No.1, 2020, hal. 15

¹⁴ Daniel I Nyoman Renatha Cardia, et all., Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 11, 2019, hal. 1

¹⁵ Anggita Sri Riyanti, et all., Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Nganjuk, *Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 7, No. 1, 2022, hal. 1

¹⁶ Yuyuk Surianty M. Madjid, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Etalase Aluminium Kecamatan Watang Pulu Kabupaten Sidrap, Skripsi, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2019), hal 14

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa identifikasi masalah yang harus dihadapi yaitu :

1. Perusahaan Kerupuk Tahu Mantab Jaya di Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung harus menghadapi persaingan ketat dengan perusahaan baru yang muncul dengan produk yang sama ataupun berbeda.
2. Memberikan harga yang tepat dengan kualitas produk yang sesuai serta meningkatkan kegiatan promosi produk untuk memperluas jangkauan pemasaran.
3. Mewujudkan loyalitas konsumen dengan faktor loyalitas harga, kualitas produk, dan promosi yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Dari identifikasi masalah yang telah disebutkan, maka peneliti akan meneliti tentang bagaimana “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pada Usaha Kerupuk Tahu Mantab Jaya Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah harga, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama dapat mempengaruhi loyalitas konsumen Kerupuk Tahu Mantab Jaya Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung ?
2. Apakah harga produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Kerupuk Tahu Mantab Jaya Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Kerupuk Tahu Mantab Jaya Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung ?
4. Apakah promosi mempengaruhi loyalitas konsumen Kerupuk Tahu Mantab Jaya Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen Kerupuk Tahu Mantab Jaya Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Kerupuk Tahu Mantab Jaya di Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Kerupuk Tahu Mantab Jaya di Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen Kerupuk Tahu Mantab Jaya di Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka peneliti berharap penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu dan referensi pengetahuan terutama dalam hal pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap loyalitas konsumen.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi perkembangan ilmu pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

- b. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk pemilik usaha agar perusahaan bisa semakin berkembang dengan meningkatkan loyalitas konsumen Usaha Kerupuk Tahu Mantab Jaya.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan dasar pengembangan pada penelitian selanjutnya dengan permasalahan tentang loyalitas konsumen.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini meliputi variabel independen antara lain variabel harga (X_1), variabel kualitas produk (X_2), dan variabel promosi (X_3), sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas konsumen (Y).

2. Batasan Penelitian

Keterbatasan penelitian untuk mencegah meluasnya permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

- a. Peneliti dalam mengumpulkan data penelitian menggunakan metode angket atau kuesioner.
- b. Objek penelitian adalah konsumen dari Kerupuk Tahu Mantab Jaya di Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.
- c. Adanya keterbatasan peneliti dalam hal waktu, tenaga, dan biaya, maka peneliti hanya memilih lokasi penelitian di pabrik Kerupuk Tahu Mantab Jaya di Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung tanpa adanya perbandingan dengan perusahaan lain dengan produk yang sama.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a) Loyalitas Pelanggan

Loyalitas adalah pelanggan yang setia yang melakukan pembelian terus-menerus, artinya tidak hanya membeli satu produk saja melainkan membeli produk lain pada badan usaha yang sama, kemudian merekomendasikan kepada orang lain dan tidak tergoda dengan pesaing.¹⁷

Loyalitas pelanggan adalah perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah, dan sebagainya).¹⁸

b) Harga

Harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (satuan mata uang) dan atau aspek lain (*non-moneter*) yang mencakup kegunaan atau penggunaan tertentu yang diperlukan untuk memperoleh barang atau jasa.¹⁹ Harga merupakan biaya yang dikenakan untuk produk atau jasa.²⁰

¹⁷ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hal. 31

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Service, Quality, & Satisfaction*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hal. 481

¹⁹Fandy Tjiptono, *Service.....*, hal.14

²⁰Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing (Prinsip-Prinsip Pemasaran)*, terj. Bob Sabran, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013), hal. 12

c) Kualitas produk

Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau suatu jasa yang bergantung pada kemampuan yang dimilikinya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan secara langsung ataupun tersirat.²¹ Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas produknya.²²

d) Promosi

Promosi adalah bentuk komunikasi untuk memberitahukan keunggulan produk sehingga pelanggan sasaran terbuju untuk membeli produk yang ditawarkan.²³ Promosi menekankan pentingnya loyalitas konsumen, karena jika promosi meningkat maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas produk atau jasa, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.²⁴

2. Definisi Operasional

a) Loyalitas Konsumen

Terbentuknya loyalitas konsumen Kerupuk Tahu Mantab Jaya merupakan salah satu tujuan dari perusahaan karena dapat membantu dalam memperluas jangkauan pemasaran produk. Loyalitas

²¹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Manajemen Pemasaran), terj. Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal.143

²²Fenny Indrawati, Pengaruh....., hal. 1

²³Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles*....., hal.47

²⁴Ridha Maisaroh dan Maulida Nurhidayati, Faktor....., hal.198

konsumen merupakan dasar kuat bagi perusahaan dan mencerminkan potensi pertumbuhan perusahaan dimasa depan.²⁵

b) Harga

Harga pada produk Kerupuk Tahu Mantab Jaya adalah sejumlah mata uang yang harus dibayarkan oleh konsumen agar dapat memperoleh dan memanfaatkan barang yang diinginkan. Keterjangkauan harga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dengan ditandai bahwa target pemasaran mampu membeli produk tersebut.²⁶

c) Kualitas Produk

Kualitas pada produk Kerupuk Tahu Mantab Jaya dapat diketahui dengan melihat kemasan dari produk serta dengan mencicipi produk. Langkah penting untuk menempatkan sebuah perusahaan agar lebih unggul salah satunya adalah dengan menawarkan produk yang berkualitas unggul.

d) Promosi

Kegiatan promosi pada Kerupuk Tahu Mantab Jaya adalah untuk mengkomunikasikan kepada calon konsumen tentang produk yang ditawarkannya sehingga akan terbujuk untuk membeli produk.

²⁵Iriani dan Wijayanto, Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 2, 2013, hal. 4

²⁶Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar.....*, hal. 78

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penyusunan penulisan skripsi, dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

Bagian awal terdiri dari : halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, dan halaman abstrak.

Bagian utama terdiri dari beberapa bagian seperti berikut ini :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari beberapa sub bab antara lain: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan batasan penelitian, (g) penegasan istilah, dan (h) sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari: (a) teori yang membahas variabel atau sub variabel pertama, (b) teori yang membahas variabel atau sub variabel kedua, (c) teori yang membahas variabel atau sub variabel ketiga, (d) kajian penelitian terdahulu, (e) kerangka konseptual, dan (f) hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala

pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, dan (e) analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini terdiri dari: (a) deskripsi data, dan (b) pengujian hipotesisi.

BAB V PEMBAHASAN

Isi dari bab pembahasan ini akan diorientasikan untuk menjawab masalah penelitian, menafsirkan penelitian, mengintegrasikan temuan peneliti, menelaah teori permasalahan, dan menjelaskan implikasi hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi dua hal pokok yaitu kesimpulan berupa pernyataan singkat dan saran yang tepat berdasarkan temuan dan pertimbangan peneliti.

Bagian akhir memuat meliputi daftar rujukan dalam daftar pustaka, lampiran-lampiran keterangan yang sekiranya penting untuk penulisan penelitian, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.