

BAB I

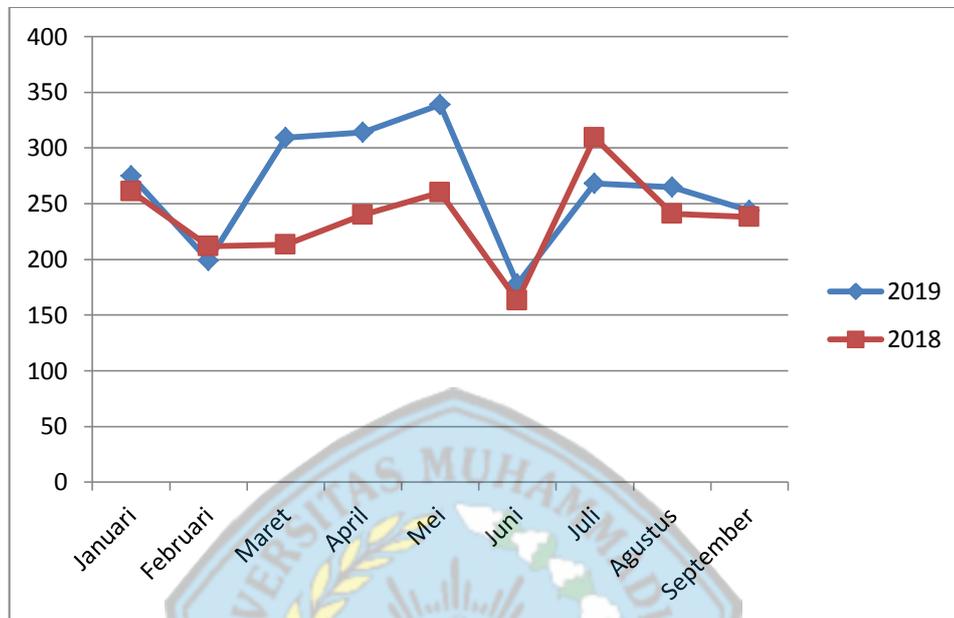
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kesehatan khususnya kesehatan gigi, perusahaan ini adalah perusahaan laboratorium gigi (*dental laboratory*) yang bisnis utamanya adalah membuat gigi tiruan, dewasa ini perkembangan laborotorium gigi di pulau jawa cukup tinggi, baik berkembang dalam kuantitas maupun berkembang secara kualitas. Berkembang secara kuantitas maksudnya semakin banyaknya laboratorium-laboratorium yang bermunculan baik skala kecil maupun skala besar. Berkembang secara kualitas maksudnya semakin banyak juga laboratorium yang menggunakan teknologi yang terbaru. Dengan semakin banyaknya perusahaan *dental laboratory* yang berdiri maka semakin ketat pula persaingan yang di hadapai oleh perusahaan ini.

Pelanggan dari PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang adalah para dokter gigi, baik yang berdomisili di kota Semarang dan sekitarnya maupun dari kota-kota lain di Indonesia. Selain pelanggan tersebut PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang juga mempunyai pelanggan yang terkait institusi seperti RSGM (Rumah Sakit Gigi dan Mulut).

Grafik 1.1 Total Produksi PT Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang



Sumber: PT Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang

Berdasarkan Grafik 1.1 terlihat untuk 3 bulan terakhir (Juli-September 2019) adanya kecenderungan penurunan produksi gigi tiruaan yang terkait dengan sedikitnya dokter gigi yang membuat gigi tiruan di PT Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang, hal ini mengindikasikan apakah penurunan ini disebabkan oleh penentuan harga yang kurang tepat, karena memang pada bulan Juli 2019 perusahaan ini telah melakukan perubahan *Price list* (harga), apakah kualitas pelayanan yang turun,? Terkait pelayanan sebenarnya dalam praktek yang terjadi, hubungan yang terjalin antara laboratorium gigi dengan para dokter gigi tidak seperti hubungan produsen dan konsumen pada umumnya tetapi, ada hubungan kerjasama, jika perusahaan ini tidak meningkatkan kualitas pelayanan

terhadap dokter gigi maka, kemungkinan loyalitas dokter gigi (pelanggan) juga mengalami penurunan dan berimbas juga terhadap produksi gigi tiruan.

Fenomena penurunan produksi gigi tiruan tersebut dapat dimungkinkan adanya penurunan kualitas produksi akibat hasil produksi gigi tiruan bulan-bulan yang lalu atau belum optimalnya kualitas produk yang dihasilkan sekarang. PT Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang harus menyikapi secara serius terkait dengan faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan didalam dunia bisnis berperan penting secara langsung saat ini dalam keberlangsungan perusahaan. Tidak mudah untuk memperoleh loyalitas pelanggan, oleh sebab itu pelanggan yang menjadi loyal merupakan aset perusahaan yang sangat berharga. Seorang pelanggan dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal apabila pelanggan tersebut mempunyai komitmen yang kuat untuk membeli, memakai dan mengkonsumsi barang atau jasa tersebut secara rutin.

Untuk membentuk loyalitas pelanggan seorang pebisnis haruslah paham bagaimana cara yang harus ditempuh. Dalam hal ini, ada cara mudah yang biasa digunakan untuk membentuk loyalitas pelanggan yaitu dapat dimulai dengan memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan kualitas produk yang lebih unggul, lebih baik, dan mempunyai nilai lebih apabila dibandingkan dengan produk lain yang sejenis, dan harga yang relatif lebih murah, lebih kompetitif atau pada taraf yang sama (adaptasi: Sally, 2017).

Menurut Richard Oliver dalam Ratih Hurriyati (2015:129) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. Meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran pihak kompetitor yang intensitas sangat tinggi, namun pelanggan tetap komitmen untuk mempertahankan transaksi bisnis antara pelanggan dan perusahaan pilihannya. Sedangkan Mowen dan Minor (2007) mengatakan bahwa loyalitas pelanggan sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu objek, mempunyai komitmen pada objek tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang.

Diadaptasi dari Kotler, Hayes, dan Bloom ada beberapa alasan mengapa perusahaan harus menjaga dan mempertahankan konsumen (pelanggan) loyalnya (Buchari Alma, 2002:275) Pelanggan yang loyal dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Pelanggan yang loyal memiliki prospek yang lebih besar untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan. Dalam perbandingan pelanggan baru dan pelanggan yang sudah loyal, biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan pelanggan yang loyal, jauh lebih kecil daripada mencari pelanggan baru.

Pelanggan yang sudah percaya kepada suatu lembaga (perusahaan) dalam suatu urusan bisnis, cenderung akan percaya juga pada urusan bisnis yang lain. perusahaan yang memiliki banyak pelanggan yang loyal, maka perusahaan akan mendapat keuntungan berupa efisiensi, efisiensi disini terkait biaya yang dikeluarkan untuk mengenalkan produk baru lebih murah dan tepat sasaran.

Pelanggan yang loyal sudah pasti banyak memiliki pengalaman positif yang berhubungan dengan perusahaan. Pelanggan yang loyal akan berusaha membela perusahaan, dan mereferensikan perusahaan tersebut kepada orang lain dalam lingkungannya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa adalah kualitas pelayanan (*service quality*). Faktor Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan telah dilakukan penelitiannya oleh Pangaila, dkk. (2018: 2784-2785) hasil penelitiannya, bahwa kualitas pelayanan (x) dan loyalitas pelanggan (y) diperoleh nilai koefisien Regresi dengan t_{hitung} 2.377 yang lebih lebih dibandingkan dengan t_{tabel} 1.982 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan signifikasinya sebesar 0,019 ($<0,05 = \alpha = Alpha$), disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen (pelanggan) serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (pelanggan). Jika suatu produk atau jasa memiliki kualitas pelayanan yang rendah maka akan membuat pelanggan tidak loyal maka sebab itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, artinya, jika kualitas pelayanan suatu produk atau jasa diperhatikan dan ditingkatkan, maka loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh.

Selain dari kualitas pelayanan (*service quality*) ada faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas produk (*product quality*), Kotler

dan Keller (2018:143) mendefinisikan kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau suatu jasa yang bergantung pada kemampuan yang dimilikinya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, membuat para pelaku bisnis bersemangat dalam memperbaiki kualitas produknya, baik itu performa (*performance*) produknya, keistimewaan (*features*) produknya, kehandalan (*reliability*) produknya, kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*) produknya, daya tahan (*durability*) produknya, Kemampuan pelayanan (*service ability*) produknya, estetika (*aesthetic*) produknya, kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) produknya. Semakin baik kualitas produk yang dihasilkan, maka hal itu juga akan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor Kualitas Produk pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan telah dilakukan penelitian oleh Purnama Sari dan Lestari Andjarwati (2018:5) hasil penelitiannya menyatakan bahwa analisis path menunjukkan adanya hasil hubungan positif variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan yang dapat dilihat pada hasil uji hipotesis sebesar $2,584 > 2,00$. Ada pengaruh atau tidaknya suatu variabel dapat dilihat dari nilai probabilitasnya $< 0,05$. Nilai probabilitas kualitas produk terhadap loyalitas signifikansinya $0,000$ ($p \leq 0,05$) dan *standardized direct effect* yaitu sebesar $0,154$. Disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

Loyalitas pelanggan akan terus berlanjut dirasakan, selama pelanggan masih merasakan bahwa ia sudah menerima nilai yang baik dari suatu produk,

termasuk kualitas yang lebih tinggi sebanding dengan harga yang dibayar untuk produk tersebut (adaptasi Lovelock, 2007:133).

Dalam faktor harga ada beberapa strategi yang bisa perusahaan lakukan, namun jika salah pengambilan strategi maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan, menurut Tjiptono (2007) ada beberapa strategi yaitu: strategi mempertahankan harga, strategi menurunkan harga, dan strategi menaikkan harga. Strategi yang digunakan tergantung pada adanya perubahan dalam lingkungan pasar seperti pesaing merubah atau menurunkan harga, atau adanya pergeseran permintaan, misalnya perubahan selera konsumen (pelanggan).

Faktor harga pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Sudah dilakukan penelitian oleh Purnama Sari dan Lestari Anjarwati (2018:5-6) hasilnya dengan penggunaan analisis *path* menunjukkan bahwa adanya hasil hubungan positif variabel harga terhadap loyalitas yang dapat dilihat pada hasil uji hipotesis sebesar $8,037 > 2,00$. Ada pengaruh atau tidaknya suatu variabel dapat dilihat dari nilai probabilitasnya $< 0,05$. Nilai probabilitas harga terhadap loyalitas signifikansinya $0,000$ ($p \leq 0,05$). Menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas yang dapat dilihat dalam *standardized direct effect* yaitu sebesar $0,492$. Semakin baik harga yang ditawarkan maka semakin berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Atas dasar latar belakang masalah diatas, maka dalam penelitian ini mengambil judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI

PADA PT. BINTANG PRIMA PREMIUM DENTAL LABORATORIES.
SEMARANG)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul penelitian diatas, maka pembahasan akan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah faktor Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang?
2. Bagaimanakah faktor Kualitas Produk mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang?
3. Bagaimanakah faktor Harga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang?
4. Bagaimanakah faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang?
5. Manakah diantara faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga yang paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, permasalahan dapat dibatasi sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan dengan pengambil sampel dokter gigi (pelanggan) PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang.
2. Pada penelitian ini terdapat 4 (empat) Variabel, yaitu Variabel Independen: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga, sedangkan Variabel Dependen adalah Loyalitas Pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka Tujuan Umum penelitian yang hendak dicapai adalah untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis diantara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga, mana yang lebih dominan yang berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang.

Tujuan Khusus penelitian ini adalah untuk membuktikan hipotesis-hipotesis dalam penelitian, jumlah hipotesis yang akan dibuktikan berjumlah 5 (lima) hipotesis.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kegunaan dan tentunya juga sebagai acuan bagi semua pihak yang terkait, baik secara teoritis maupun secara praktis adalah sebagai berikut:

1. Dilihat dari aspek pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini dapat berguna untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan penelitian ini.
2. Dapat membantu pihak terkait dengan fenomena yang terjadi di perusahaan dan mengetahui penyebabnya, sehingga memudahkan untuk mencari solusi dan pemecahan.
3. Menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran.
4. Memberikan gambaran mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan, sehingga dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan penelaitain ini, maka penulis membagi pembahasan ke dalam 5 (lima) bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, latar belakang masalah merupakan landasan pemikiran secara garis besar, secara teori maupun fakta yang menimbulkan minat untuk melakukan penelitian. Rumusan masalah, rumusan masalah merupakan pernyataan tentang keadaan, fenomena atau konsep yang memerlukan pemecahan atau jawaban melalui suatu penelitian dan pemikiran mendalam dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan alat-alat yang relevan. Batasan masalah, batasan masalah merupakan upaya membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga penelitian itu lebih bisa fokus untuk dilakukan. Tujuan penelitian, tujuan penelitian merupakan suatu indikasi ke arah mana penelitian itu dilakukan atau data-data serta informasi apa yang ingin dicapai dari penelitian. Kegunaan penelitian, kegunaan penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan, baik secara praktis maupun teoritis. Sistematika penulisan, sistematika

penulisan merupakan uraian singkat mengenai isi dari bab pendahuluan hingga bab penutup.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori, landasan teori merupakan uraian hasil kajian pustaka (penelusuran literatur) yang relevan dengan masalah yang diteliti yaitu: kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, loyalitas pelanggan dan informasi lain yang akan membentuk kerangka teori yang berguna untuk menyusun penelitian ini. Penelitian terdahulu, penelitian terdahulu merupakan bahasan hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Kerangka pemikiran, kerangka pemikiran merupakan suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Pengembangan hipotesis, pengembangan hipotesis merupakan hipotesis yang dikembangkan dengan menggunakan teori yang relevan atau dengan logika dan hasil-hasil penelitian sebelumnya. Hipotesis, hipotesis merupakan jawaban sementara dari penelitian yang perlu dibuktikan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan. Variabel penelitian dan definisi operasional, variabel penelitian

dan definisi operasional merupakan deskripsi tentang variabel-variabel dalam penelitian yang selanjutnya harus dapat didefinisikan secara lebih operasional. Jenis dan sumber data, jenis dan sumber data merupakan deskripsi tentang jenis data dari variabel-variabel dalam penelitian. Populasi dan sampel, pada populasi dan sampel dijelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan populasi, jumlah sampel yang diambil, dan responden yang diminta keterangan atau data. Metode pengumpulan data, pada metode pengumpulan data dijelaskan metode pengambilan data penelitian yang digunakan. Metode analisis, pada metode analisis dijelaskan tentang jenis atau model analisis dan mekanisme alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas secara rinci hasil penelitian, disajikan menurut topik dan sub topik secara berurutan. Deskripsi objek penelitian, deskripsi objek penelitian merupakan pembahasan secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian. Analisis data, pada analisis data berisikan penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasi.

Pembahasan, pada pembahasan dilakukan interpretasi dari informasi analisis data yang diperoleh..

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan, pada kesimpulan disajikan secara singkat apa yang telah diperoleh dari pembahasan. Saran, saran merupakan anjuran yang disampaikan kepada pihak yang terkait dengan hasil penelitian.

