

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis berkembang pesat dan akan terus berkembang di era globalisasi. Salah satu jenis perkembangan bisnis adalah kemajuan teknologi dan gaya hidup. Dimana hal ini dan pengaruh globalisasi saat ini tidak dapat dipisahkan. Untuk memberikan konsumen berbagai pilihan dan produk serta layanan alternatif yang memenuhi kebutuhan yang diinginkan, jumlah barang yang bersaing di pasar kini berkembang dan menjadi lebih beragam. Bisnis harus menggunakan semua sumber daya mereka untuk bersaing di pasar karena ada begitu banyak persaingan.

Industri susu kedelai yang berkembang di Kabupaten Gresik, Untuk mempertahankan pelanggan bisnis rumahan susu kedelai harus berusaha keras. Hal ini penting karena ada persaingan ketat dari bisnis susu kedelai rumahan lainnya, di mana setiap pesaing mencoba untuk menampilkan produk yang mereka hasilkan, kualitas, dan manfaatnya, dari susu kedelai itu sendiri, dan seberapa terjangkau harganya. dan seberapa bagus produknya.

Kedelai digunakan untuk membuat susu kedelai, yang dapat digunakan sebagai pengganti susu sapi karena protein susu kedelai memiliki profil asam amino yang hampir identik dengan susu sapi. Susu kedelai merupakan minuman yang menyehatkan karena mengandung banyak protein. Susu kedelai juga mengandung lemak, karbohidrat, kalsium, fosfor, zat besi, provitamin A, vitamin B kompleks (selain B12), dan air. (Ali Hamid 2022).

Perlunya berbagai produk susu selain susu sapi sebagai pilihan pengganti penduduk untuk memenuhi kebutuhan gizi susu karena suatu alasan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) masyarakat Indonesia menggunakan 16,23 liter susu per orang tahun pada 2019. Angka ini lebih tinggi dari angka 0,20 liter/kapita/tahun dari tahun sebelumnya. Jumlah susu yang dikonsumsi masyarakat Indonesia masih rendah jika dibandingkan dengan konsumsi susu di negara-negara Asia Tenggara lainnya, meskipun ada klaim sebaliknya. Brunei mengkonsumsi 129,1 liter susu per orang per tahun, Malaysia 50,9 liter, Singapura 46,1 liter, dan Vietnam 20,1 liter per orang per tahun (Anggraeni, Hidayat, and Amir 2021). Artinya, asupan protein yang mempengaruhi tinggi badan manusia masih sangat pendek. Rendahnya tingkat konsumsi susu di Indonesia dapat dikaitkan dengan fakta bahwa banyak orang Indonesia yang masih percaya bahwa susu hanya boleh dikonsumsi oleh anak kecil, masih merupakan barang mewah yang mahal.

Perusahaan harus mampu melihat banyak peluang yang tersedia dan menyusun rencana atau strategi untuk memuaskan pelanggan dan membuat mereka tetap puas. Misalnya, mereka harus mampu menawarkan barang-barang berkualitas tinggi dengan biaya yang kompetitif untuk memenangkan kepercayaan pelanggan dan membangun loyalitas mereka.

Salah satu komponen terpenting dalam bauran yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah harga (Iriyanti, Qomariah, and Suharto 2016). Harga adalah sejumlah uang yang harus dibelanjakan, ditukar, atau diperoleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki suatu barang dengan kegunaan dan

keuntungannya. (Rosalina, Qomariah, and Sari 2019). Di samping harga produk, salah satu faktor yang dipertimbangkan pelanggan sebelum melakukan pembelian adalah kualitas produk. ketika kemampuan perusahaan untuk menjual barang-barangnya secara efektif diterjemahkan menjadi barang-barang berkualitas tinggi. Perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kualitas produk yang lebih tinggi, yang juga akan mempengaruhi sikap pelanggan secara positif. Pelanggan akan senang dengan produk tersebut, yang akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk tersebut. (Rosalina et al. 2019).

Ketika pelanggan memiliki kepercayaan pada produk, loyalitas pelanggan akan meningkat. Kepercayaan pelanggan adalah sesuatu yang semua bisnis perjuangkan dari pelanggan mereka. Dalam (Prasetyo 2013), menurut Mowen dan Minor, pengetahuan konsumen dan kesimpulan yang dicapai orang tentang barang, kualitas, dan manfaat menentukan seberapa dapat dipercaya barang tersebut. Loyalitas konsumen akan meningkat sebagai hasil dari bisnis yang berulang, rujukan ke teman dan keluarga, dan iklan dari mulut ke mulut yang menguntungkan tentang barang dan jasa yang bereputasi baik.

Loyalitas pelanggan juga dapat digambarkan sebagai pelanggan yang terus menerus dan konsisten menggunakan produk atau layanan perusahaan serta loyalitas mereka terhadapnya (Adnyana and Suprapti 2018). Penelitian yang dilakukan (Rahyuda 2013) menyatakan bahwa seiring dengan peningkatan kualitas produk perusahaan, loyalitas pelanggan akan meningkat.

Loyalitas pelanggan terbukti dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk dan dipengaruhi secara negatif oleh variabel harga, yang tidak

berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, menurut penelitian (Melysa Elisabeth Pongoh 2013). Menurut penelitian (Trisnadewi and Ekawati 2017), harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sementara penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak dipengaruhi oleh kualitas produk (Latifah; Zuhri M Nawawi 2021), penelitian serupa menunjukkan bahwa kepercayaan secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan (Prasetyo 2013).

Dengan penjelasan tersebut, menjadi dasar dilakukan suatu penelitian dengan judul **“ANALISIS HARGA, *TRUST* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN DIMEDIASI VARIABEL KUALITAS PRODUK (Studi Pada Susu Kedelai Al-Kamal Soya Plus Gresik)”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dikemukakan sebagai berikut berdasarkan uraian latar belakang yang di atas:

- a) Bagaimana pengaruh harga terhadap kualitas produk pada pelanggan Susu kedelai Al-Kamal Soya Plus Gresik?
- b) Bagaimana pengaruh *Trust* terhadap kualitas produk pada pelanggan Susu kedelai Al-Kamal Soya Plus Gresik?
- c) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Susu kedelai Al-Kamal Soya Plus Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian memiliki dua jenis tujuan yang ingin dicapai, antara lain sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui sejauh mana Analisis Harga, Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Dimediasi Variabel Kualitas Produk (Studi Pada Susu Kedelai Al-Kamal Soya Plus Gresik)

2. Tujuan Khusus

- a) Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh harga terhadap kualitas produk pada pelanggan Susu kedelai Al-Kamal Soya Plus Gresik.
- b) Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh *Trust* terhadap kualitas produk pada pelanggan Susu kedelai Al-Kamal Soya Plus Gresik.
- c) Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Susu kedelai Al-Kamal Soya Plus Gresik.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dengan dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini akan dapat membantu perusahaan dalam memenangkan pelanggan setia. Penelitian ini dapat menjadi sumber untuk penelitian masa depan dan diharapkan dapat memberikan kontribusi ide untuk bidang pendidikan.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis mengenai Analisis harga, *Trust* terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi variable kualitas produk pada Susu kedelai Al-Kamal Soya Plus Gresik. Sehingga dapat digunakan untuk membandingkan teori dan keahlian yang diperoleh di perguruan tinggi dengan dunia nyata.

b) Bagi Perusahaan

Secara praktis penelitian ini akan bermanfaat bagi Susu kedelai Al-Kamal Soya Plus Gresik dalam menganalisa Harga, *Trust*, kualitas produk, untuk membentuk Loyalitas pelanggan.

c) Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca dalam memahami Harga, *Trust*, kualitas produk dalam pengaruhnya terhadap loyalitas

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut untuk memberikan gambaran yang luas dari penelitian ini:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini membahas dan menguraikan mengenai latar belakang masalah yang sedang terjadi sehingga dapat dirumuskan permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian serta bagaimana sistematika penulisannya.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang teori – teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi acuan teori yang relevan yang digunakan dalam penelitian ini. pada bab ini menguraikan mengenai akar pengetahuan tentang definisi-definisi, penjelasan mengenai variabel – variabel dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Memberikan penjelasan tentang populasi, sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data, serta variabel penelitian dan definisi operasional. Variabel penelitian dan definisi operasional menguraikan mengenai variabel-variabel yang digunakan serta definisi secara operasional sebagai dasar dalam penelitian objek. Populasi dan sampel merupakan tahapan dalam mengetahui objek-objek, dimulai dengan kedatangan populasi yang kemudian diperkecil dengan sampel dengan karakteristik yang sesuai dengan penelitian. Jenis dan sumber data merupakan deskripsi dari jenis data yang digunakan dalam penelitian ini serta sumber data bagaimana penulis memperoleh data yang diperlukan, metode pengumpulan data serta analisis data yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data serta menganalisis data untuk penelitian ini

BAB IV : Hasil Dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan bagaimana penelitian itu dilakukan, bagaimana data dianalisis, dan bagaimana hasilnya dibahas. Mempertimbangkan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dan jika temuan mendukung atau bertentangan dengan jawaban yang diberikan dalam Bab 3.

BAB V : Penutup

Kesimpulan akhir yang ditarik dari analisis pada bab sebelumnya disajikan dalam bab ini, bersama dengan rekomendasi yang dibuat oleh pihak yang berkepentingan atau temuan dari studi sebelumnya. Ringkasan singkat dari temuan penelitian berfungsi sebagai kesimpulan penelitian. Peneliti dalam penelitian ini membuat rekomendasi bagi perusahaan yang bersangkutan dan pihak lain yang berkepentingan.