

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan di Indonesia dalam bidang perekonomian sangat pesat seperti dalam bidang properti rumah yang mengalami perkembangan sangat pesat. Strategi perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar harus meningkatkan kualitas produknya serta bisa melihat situasi yang dipertimbangkan oleh konsumen yaitu soal harga jika harga wajar dan produk berkualitas maka konsumen akan menjadi pelanggan yang loyal.

Loyalitas konsumen terjadi ketika konsumen merasa puas dengan produk yang dikonsumsi sehingga membeli kembali produk tersebut. Loyalitas konsumen berarti keputusan konsumen untuk suka rela dan terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Konsumen saat ini sangat sulit dijaga kesetiaannya karena perilaku konsumen yang berbeda-beda dalam menentukan kebutuhan dan keinginannya. Kepuasan Konsumen pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen. Menurut Hasan (2013) loyalitas konsumen adalah orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang.¹

Kepuasan sendiri tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Perusahaan yang berhasil mewujudkan harapan konsumennya, akan memperoleh

¹Yusuf Mochtar Hadi. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsmen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Air Mineral Dzakya*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018, hlm 16.

keunggulan dalam bersaing dan hampir tidak terkalahkan dalam berbisnis. Jika ada satu saja pelanggan yang merasa puas maka kemungkinan besar usaha itu akan mendapatkan beberapa calon pelanggan baru. Juga sebaliknya jika ada konsumen yang tidak puas maka akan mempengaruhi reputasi dari perusahaan tersebut.

Produk atau jasa yang memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup (Handi Irawan, 2007).² Contohnya konsumen yang puas pada suatu produk atau jasa karena konsumen tersebut mendapatkan manfaat yang diinginkannya setelah menggunakan suatu produk dan sesuai dengan ekspektasi sebelum pembelian.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Handy Irawan adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional, dan kemudahan (dominan bank).³ Perusahaan harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang akhirnya dapat menciptakan kesetiaan dari konsumen tersebut atau loyalitas konsumen.

Menurut Anderson et al (2012), kepuasan konsumen berkontribusi pada sejumlah aspek seperti terciptanya loyalitas konsumen, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi serta produktivitas

²Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016, hlm 78.

³ Bambang Suharno. *Bisnis Sambilan Langkah Awal Menjadi Entrepreneur Sukses*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006, hlm. 139.

karyawan. Pada dasarnya definisi kualitas produk dan jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono 2014).⁴ Contohnya jika konsumen telah merasa puas terhadap suatu produk atau toko maka konsumen tersebut akan konsisten pada produk atau toko tersebut. Bagi perusahaan jika konsumen telah loyal terhadap produknya maka akan mengurangi biaya dari pemasaran seperti iklan atau spanduk yang terus menerus.

Berdasarkan uraian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan jasa suatu titik fokus yang diupayakan dalam suatu produk atau pelayanan untuk dapat memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang lebih dari produk pesaing.⁵ Dalam mempertahankan kelangsungan bisnisnya para pelaku bisnis harus memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan menjaga kualitas dari produknya agar terciptanya konsumen yang loyal.

Harga dari produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif sedikit lebih murah akan memberikan nilai yang lebih

⁴ Fandy Tjiptono. *Pemasaran Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014, hlm 212&353.

⁵ Anang Firmanysah. *Pemasaran Produk dan Merek (Planing & Strategy)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019, hlm 8.

tinggi.⁶ Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya suatu produk atau jasa yang ditawarkan.⁷ Harga sendiri adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkannya.

Gambar 1.1

Pertumbuhan Market Industri Furniture 2019



Sumber : Binus, Bandung, 2019

Berdasarkan data J.P.Morgan tahun 2019 menunjukkan bahwa industri furniture dan peralatan rumah tangga menempati urutan ketiga setelah travel dan fashion, yakni sebesar 8.7%, hal ini menunjukkan bahwa industri furniture masih menjanjikan dan marketnya yang luas. Dengan data asli dari kementerian industri furniture ditahun 2018 mengalami kenaikan

⁶Santi Yoga Pratama. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Agya Collection Ponorogo*. Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2018, hlm. 27.

⁷ Kamsir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 175.

sebesar 4.83% dari tahun 2017 dan akan naik hingga 5.2% setiap tahunnya sampai tahun 2023.⁸

Secara nasional industri furniture di Indonesia mampu menyerap tenaga kerja sebesar 500 ribu tenaga kerja langsung dan 2,5 juta tenaga kerja tidak langsung atau sebesar 19,6% dari total tenaga kerja sektor industri yang berkontribusi sebesar 13,3% tenaga kerja nasional atau mencapai 15,3 juta orang. Namun jika dilihat dari kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri, kontribusi industri furniture dari tahun 2012-2015 hanya mampu menyumbangkan sebesar 0,26% di tahun 2012 meningkat menjadi 0,27% di tahun 2015. (Kementrian Perindustrian, 2015)⁹

Seperti halnya Toko Yayan Cuci Gudang yang telah lama ikut meramaikan persaingan pasar, bergelut di dunia bisnis furniture dan elektronik selama 19 tahun dan selalu mampu bersaing dengan toko-toko mebel lainnya. Terbukti sampai saat ini Toko Yayan Cuci Gudang sudah ada tiga cabang diberbagai tempat. Toko Yayan Cuci Gudang menjual barang cuci gudang atau barang stok lama dari negara Singapura, Amerika, Malaysia, serta Kota Batam. Barang yang disediakan di Toko Yayan Cuci Gudang merupakan barang pilihan dan sangat beragam mulai dari produk furniture dan elektronik. Toko Yayan Cuci Gudang sangat mengedepankan kepuasan

⁸ <https://binus.ac.id/bandung/2019/12/pertumbuhan-industri-dan-potensi-target-market-furniture-di-indonesia/>. Diakses 4 Desember 2019.

⁹ bppp.kemendag

para konsumennya agar selalu berlangganan dalam membeli produk-produk dari tokonya.¹⁰

Tabel 1.1
Penjualan Produk Toko Yayan Cuci Gudang 2015 – 2019

Tahun	Jumlah Unit Barang Terjual	Jumlah Penjualan
2015	428	841.600.000,00
2016	456	892.500.000,00
2017	461	998.570.000,00
2018	426	879.900.000,00
2019	331	768.551.000,00

Sumber : Toko Yayan Cuci Gudang, 20 Maret 2020.

Penjualan produk di toko yayan cuci gudang selalu bertambah setiap tahunnya dan selalu menambah pegawai hingga sekarang telah memiliki 16 pegawai. Banyaknya produk terjual setiap bulannya, karena produk yang ditawarkan memiliki kualitas dan harga yang sesuai.¹¹ Namun dilihat dari data penjualan toko yayan cuci gudang pada tahun 2018 terjadi penurunan unit barang sebesar 35 unit sehingga menjadi 426 unit jika dibandingkan dengan tahun 2017 sebesar 461 unit barang terjual. Pada tahun 2019 juga terus mengalami penurunan yang jauh dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2018 turun sebesar 95 unit sehingga produk yang terjual di tahun 2019 sebesar 331 unit barang. Hal ini bisa dikatakan semakin bertambahnya tahun toko yayan mengalami penurunan pendapatan yang besar karena produk yang

¹⁰ Rian Saputra, produk furnitura dan elektronik, Toko Yayan Cuci Gudang sangat mengedepankan <https://yayan-cuci-gudang.business.site> (diakses 25 Maret 2020)

¹¹ Wawancara dengan Rian Saputra, Kepala Toko, tanggal 19 Maret 2020), di toko yayan cuci gudang.

terjual menjadi sedikit. Sehingga toko yayan cuci gudang memerlukan adanya perancangan strategi pemasaran usaha yang tepat, agar selalu mampu bersaing dan bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

Tabel 1.2
Daftar Harga Produk Toko Yayan Cuci Gudang

No.	Produk	Jenis	Kisaran Harga
1.	<i>Springbed</i>	80 X200 – 200X200	4.800.000 – 6.500.000
2.	Latex	120X200 – 200X200	2.100.000 – 2.500.000
3.	Bed Sorong Koil	120X200	3.800.000
4.	Dipan	120X200 – 200X200	1.200.000 – 1.800.000
5.	Lemari	2 PT& 3 PT	2.500.000 – 3.500.000
6.	Sofa & Meja		2.800.000 – 6.700.000
7.	Kursi Roda& Kantor		1.000.000 – 1.500.000
8.	Meja Makan	4 & 6	3.800.000 – 4.600.000
9.	Kipas		1.500.000 – 2.300.000
10.	Ambal& Kaset	Permadaï India, Turkey	350.000 – 1.800.000
11.	Kulkas	Lg, Samsung & Toshiba	3.200.000 – 5.500.000
12.	Mesin Cuci		3.000.000

Sumber : Toko Yayan Cuci Gudang, 4 April 2020

Saat ini yang menjadi landasan terpenting bagi konsumen yaitu harga dan kualitas produk, karena banyak sekarang konsumen mau menempuh jarak yang lebih jauh jika harga yang ditawarkan pada toko tersebut lebih rendah dari toko yang berada didekatnya. Harga setiap produk yang ditawarkan oleh

toko yayan cuci gudang banyak mengalami kenaikan setiap tahunnya sebesar Rp 300.000 sampai Rp 500.000 per produknya, ini terjadi karena biaya dari modalnya sendiri termasuk biaya transportasi dari pengiriman selalu naik sehingga barang yang dijual pun harus naik.¹²

Barang yang ada di toko yayan merupakan barang *gegare sale* dari luar negeri. Kualitas produk luar negeri yang tersedia di toko yayan cuci gudang berkualitas baik, karena toko yayan sendiri ketika mengambil barang dari pemasok merupakan barang pilihan yang bermutu terjamin.¹³

Dari fenomena yang terjadi berkaitan dengan hasil wawancara konsumen toko yayan cuci gudang sendiri seperti Mbak Rahma yang pernah datang ke toko yayan cuci gudang untuk membeli springbed tetapi tidak jadi membeli karena menurutnya dengan harga springbed Rp 6.500.000,00 untuk barang cuci gudang terbilang mahal harganya sama saja dengan toko lain yang memang barangnya terjamin karena produksi baru.

Menurut ibu Yulianti berkaitan dengan kualitas produk, yang mengeluh karena setelah membeli kulkas freezer dari toko yayan cuci gudang mengalami kendala bagian pendingin kulkas yang mengurang setelah pemakaian selama 4 bulan menurutnya dengan harga Rp 2.800.000,00 berharap kualitasnya bagus karena barang tersebut stok dari luar negeri ternyata tidak sesuai harapan. Akan tetapi beliau masih akan membeli produk di toko yayan cuci gudang untuk barang furniturnya saja seperti sofa,

¹² Wawancara dengan Rian Saputra, kepala toko, tanggal 4 April 2020, di toko yayan cuci gudang

¹³ Wawancara dengan Selvi Tifany, karyawan toko, tanggal 1 April 2020, di toko yayan cuci gudang

springbed karena memang tidak pernah ada kendala, dan untuk barang elektronik rasanya tidak, saya akan membeli di toko lain.

Menurut ibu Sudarwati yang pernah membeli bantal kursi di toko yayan cuci gudang tidak mengalami kendala tentang kualitasnya tetapi beliau mengakui bantal yang dibelinya lumayan mahal dengan harga satuannya Rp 200.000,00. Tetapi memang bantalnya bagus dan memiliki bahan yang berkualitas jadi tidak masalah jika harga mahal kualitasnya bagus. Ada rupa ada harga tambahnya.

Dari hasil wawancara dari beberapa konsumen toko yayan cuci gudang, dapat dikatakan bahwa kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas dari konsumen dalam berbelanja di toko yayan cuci gudang.

Berikut penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening pada Konsumen Toko Yayan Cuci Gudang.

Tabel 1.3
Research Gap Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen	1. Cintya Damayanti (2015) ¹⁴
	Kualitas Produk Tidak Berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen	1. Rangga Wenda Prinoya 2. Idris (2017) ¹⁵

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen yang diteliti oleh Cintya Damayanti menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Namun hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rangga Wenda Prinoya dan Idris yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

¹⁴Cintya Damayanti. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Produk "Supermi" Di Kecamatan Genuk Semarang)*. Skripsi, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015).

¹⁵ Rangga Wenda Prinoya Dan Idris. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Paparabun Perfume*. Jurnal, (Sumatera Barat: Universitas Negeri Padang, 2015).

Tabel 1.4
Research Gap Harga terhadap Loyalitas Konsumen

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen	Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen	1. Yusuf Mochtar Hadi (2018) ¹⁶
	Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen	1. Suwarni 2. Septina Dwi Mayasari (2011) ¹⁷

Sumber : Dikumpulkan Dari Berbagai Sumber, 2020

Penelitian tentang Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen diteliti oleh Yusuf Mochtar Hadi menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Tetapi hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suwarni dan Septina Dwi Mayasari yang menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

¹⁶ Yusuf Mochtar Hadi. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Air Mineral Dzakya*. Skripsi, (Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018).

¹⁷ Suwarni Dan Septina Dwi Mayasari. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen*. Jurnal: Ekonomi Bisnis, 16 Top Brand Award, 2012.

Tabel 1.5
Research Gap Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen	1. Hasnah Rimiati 2. Catur Widodo (2015) ¹⁸
	Kepuasan Konsumen tidak signifikan dan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Kosumen	1. Yosephine Angelina Yulia (2016) ¹⁹

Sumber : Dikumpulkan Dari Berbagai Sumber, 2019

Penelitian tentang Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen yang diteliti oleh Hasnah Rimiati dan Catur Widodo menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Namun hal ini berbeda dengan hasil penelitian dari Yosephine Angelina dan Yulia yang menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen tidak signifikan dan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.

¹⁸ Hasnah Rimiati Dan Catur Widodo. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Merek Samsung Galaxy Series (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*. Jurnal: Manajemen Bisnis Yogyakarta Vol 5, No. 2 (2014).

¹⁹ Yosephine Angelina Yulia. *Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Iphone Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Surakarta*. Jurnal: Manajemen: STIE AUB Surakarta, Bhirawa. Vol.3. No.1. Edisi Desember 2016.

Tabel 1.6
Research Gap Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen	1. Tias Windarti 2. Mariaty Ibrahim (2017) ²⁰
	Kualitas Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen	1. Ika Mariana Zulaikha (2015) ²¹

Sumber : Dikumpulkan Dari Berbagai Sumber, 2019

Penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen yang diteliti oleh Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Namun hal ini berbeda dengan hasil penelitian dari Ika Mariana Zulaikha yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak signifikan dan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

²⁰ Tias Windarti Dan Mariaty Ibrahim. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Dona Madu Cihanjuang-Pekanbaru)*. Jurnal Jom FISIP Vol. 4 No. 2, Oktober 2017.

²¹ Ika Mariana Zulaikha. *Pengaruh Kualitas Layanan, Store Image, Kualitas Produk, Lingkungan Belanja, Dan Harapan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Swalayan As-Gross Ar-Royan Solo)*. Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Tabel 1.7
Research Gap Harga terhadap Kepuasan Konsumen

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen	1. Lina Sari Situmeang (2017) ²²
	Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen	1. Purnomo Edwin Setyo (2017) ²³

Sumber : Dikumpulkan Dari Berbagai Sumber, 2020

Penelitian tentang Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen yang diteliti oleh Lina Sari Situmeang menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Namun dalam hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian dari Purnomo Edwin Setyo yang menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan fenomena data tersebut, dilandaskan teori-teori yang telah ada didukung dengan adanya *research gap* dari penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda-beda dari variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen serta variabel kualitas produk dan harga yang berpengaruh terhadap kepuasan.

²²Lina Sari Situmeang. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. Skripsi, (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017).

²³ Purnomo Edwin Setyo. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks"*. Jurnal: Universitas Ciputra Surabaya, Vol 1 No. 6, 2017.

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka peneliti mengajukan penelitian ini dengan judul adalah **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Toko Yayan Cuci Gudang.”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang?
5. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang?
6. Adakah pengaruh secara tidak langsung antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Toko Yayan Cuci Gudang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening?
7. Adakah pengaruh secara tidak langsung antara harga terhadap loyalitas konsumen Toko Yayan Cuci Gudang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervenig?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini dibatasi dengan ruang lingkup dan objek penelitiannya agar tidak terjadi suatu penyimpangan sasaran. Maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi dengan pembahasan tentang kualitas produk, harga, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang.

D. Tujuan

1. Untuk memperoleh hasil analisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang.
2. Untuk memperoleh hasil analisis pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang.
3. Untuk memperoleh hasil analisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang.
4. Untuk memperoleh hasil analisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang.
5. Untuk memperoleh hasil analisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang.
6. Untuk memperoleh hasil analisis pengaruh secara tidak langsung antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Toko Yayan Cuci Gudang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

7. Untuk memperoleh hasil analisis pengaruh secara tidak langsung antara harga terhadap loyalitas konsumen Toko Yayan Cuci Gudang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

E. Manfaat

Dalam penelitian ini peneliti mengemukakan tujuan yang diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi atau dasar acuan bagi penelitian selanjutnya dan menambah kajian teoritik dalam bidang ekonomi. Peneliti juga bisa menerapkan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini terfokus pada Konsumen Toko Yayan Cuci Gudang sebagai objek penelitian, sehingga hasil dari penelitian ini dapat memberi acuan kepada pihak pemilik Toko Yayan Cuci Gudang sendiri sebagai bahan masukan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk, pelayanan, serta yang lainnya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran keseluruhan dari awal hingga akhir isi penelitian, secara sistematis

tersusun. Adapun sistematika pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari bagian latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dalam bab ini menjelaskan tentang penjelasan dari beberapa teori mengenai kualitas produk, harga, loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen yang diambil dari berbagai sumber referensi buku atau jurnal yang relevan dengan masalah diteliti, penelitian terdahulu menjadi landasan peneliti untuk melakukan penelitian, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian yang akan diuji.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang penjelasan desain dari penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel penelitian, metode teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel-variabel penelitian, teknik analisis pengumpulan data (uji asumsi klasik dan uji hipotesis).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, gambaran mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen Toko Yayan Cuci Gudang. Data deskriptif, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis variabel penelitian, serta pembahasan hasil dari penelitian tentang variabel penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab yang berisi kesimpulan dan saran dari penelitian tentang variabel yang diteliti apakah sesuai dengan hipotesis.