

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dunia industri 4.0 membuat perkembangan zaman modern begitu cepat. Hal ini menimbulkan persaingan ketat antara para pengusaha untuk menjadi terbaik, setiap perusahaan yang ingin menjadi terbaik maka harus memberikan pelayanan yang maksimal untuk kepuasan konsumennya. Oleh karena itu, para pengusaha berusaha untuk lebih meningkatkan dan mencari alternatif cara membuat para konsumen merasa puas atas hal yang diberikan pengusaha agar konsumen menjadi loyal.

Bagi para pengusaha, membangun loyalitas konsumen adalah tujuan akhir dari pengembangan bisnis. Loyalitas konsumen sangat penting dalam transaksi, menjadikan kekuatan konsumen sebagai faktor penting dalam kesuksesan perusahaan. Karena memperluas basis konsumen perusahaan adalah tujuan utama, setiap tindakan diambil untuk memastikan bahwa konsumen tetap setia. Keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan sangat bergantung pada kesetiaan konsumennya. Perusahaan tidak dapat berharap untuk mendapatkan loyalitas konsumen tanpa terlebih dahulu membangun hubungan baik dengan konsumen dan mempelajari semua yang diinginkan, dibutuhkan dan diharapkan.

Bisnis yang berkembang sangat pesat sekarang ialah *real estate*. Berdasarkan data dari *World Market Research* (WMR) dalam (Website Media Indonesia, 2022), bahwa permintaan properti rumah mendominasi dengan 55%, kemudian tanah menempati peringkat kedua dengan 12% dan berdasarkan rentang harga, berada pada tingkat Rp500.000.000 – Rp2.000.000.000 dengan tingkat pencapaian 57%. Lalu untuk klasifikasi peruntukan sebesar 90% pembeli merupakan pengguna langsung, dan 10% lainnya merupakan investor. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan tingginya kebutuhan masyarakat akan tempat hunian sehingga berpengaruh pada tingginya kebutuhan akan alat bangunan khususnya pada toko bangunan.

Namun, tentunya hal ini membuat persaingan antartoko bangunan begitu ketat. Menurut Kotler dan Koller (2016:393) upaya membuat pembeda dalam produknya dengan produk pesaing untuk agar lebih diinginkan disebut diferensiasi. Hal ini membuat para pemilik toko bangunan harus mampu membuat pembeda dalam setiap produk yang ditawarkannya agar dapat merebut pangsa pasar sebagai bentuk usaha untuk memenuhi konsumen. Hal ini terjadi pada toko bangunan di daerah kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang. Di Kecamatan Purwadadi terdapat 4 toko bangunan diantaranya Toko Bangunan Itikutih, Toko Bangunan Indo Jaya, Toko Bangunan Mekar Jaya, Toko Bangunan Putra Makmur.

**Gambar 1.1**

**Grafik Penjualan Tahun 2021 – 2023**

| Nama Toko         | TAHUN PENJUALAN |                 |            |                 |            |
|-------------------|-----------------|-----------------|------------|-----------------|------------|
|                   | 2021            | 2022            | Presentase | 2023            | Presentase |
| TB Putra Itikurih | Rp6.260.780.150 | Rp5.281.022.600 | -16%       | Rp4.209.139.000 | -20%       |
| TB Indo Jaya      | Rp4.752.003.000 | Rp5.083.420.000 | 7%         | Rp6.934.400.000 | 36%        |
| TB Mekar Jaya     | Rp5.230.657.000 | Rp5.120.453.900 | -2%        | Rp5.067.348.200 | -1%        |
| TB Putra Makmur   | Rp4.582.190.140 | Rp4.695.004.000 | 2%         | Rp4.889.030.000 | 4%         |

Sumber: Toko Bangunan di Kecamatan Purwadadi, 2024.

Berdasarkan Gambar 1.1 Toko Bangunan Putra Itikutih pada tahun 2021-2022 mengalami penurunan omset untuk total semua produk dengan presentase -16% dan tahun 2023 lebih menurun sebesar -20% dari omset tahun 2022, kemudian Toko Bangunan Indo Jaya pada tahun 2021-2022 mengalami kenaikan omset untuk total semua produk dengan presentase 7% dan tahun 2023 semakin meningkat menjadi 36% dari omset tahun 2022, kemudian Toko Bangunan Putra Itikutih pada tahun 2021-2022 mengalami penurunan omset untuk total semua produk dengan presentase -2% dan tahun 2023 tetap menurun sebesar -1% dari omset tahun 2022, dan Toko Bangunan

Putra Makmur pada tahun 2021-2022 mengalami kenaikan omset untuk semua produk dengan presentase 2% dan tahun 2023 meningkat menjadi 4% dari omset tahun 2022.

Oleh karena itu dapat dilihat bahwa selama periode tahun 2021, 2022 dan 2023 terdapat toko bangunan yang mengalami kenaikan hasil penjualan namun terdapat juga yang mengalami penurunan penjualan. Toko Bangunan Putra Itikurih menjadi yang sangat terdampak dari ketatnya persaingan antar toko bangunan di Kecamatan Purwadadi karena mengalami penurunan omset terbanyak. Toko Bangunan Putra Itikurih berlokasi di Jalan. Purwadadi Barat, Dusun Babakan Conto RT 005 RW 001, Desa Purwadadi Barat, Kecamatan Purwadadi, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41261.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik toko Bangunan Putra Itikurih Bapak H Asep Nurochman diketahui bahwa sumber masalah utama bisnis Toko Bangunan Putra Itikurih adalah kualitas pelayanan, harga dan loyalitas konsumen “Ya mungkin karena banyak pilihan toko neng dan berbagai macam harga yang ditawarkan neng berbeda beda setiap tokonya, walaupun dari beberapa konsumen tetap masih terus membeli ke kita, ada juga yang sudah tidak kesini lagi.” (Wawancara dengan Bapak H Asep Nurochman, 15 Agustus 2023).

Berdasarkan penelitian Putri, Utomo dan Mar’ati (2021:105) loyalitas konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan, lokasi, harga dan digital marketing. Jadi, jika layanannya bagus dan harganya masuk akal, maka loyalitas akan meningkat. Namun, hal tersebut tidak berlaku pada Toko Bangunan Putra Itikurih karena terdapat permasalahan terkait loyalitas konsumen. Selain itu dilakukan pra survey kepada 30 konsumen Toko Bangunan Putra Itikurih, berdasarkan pra survey sebagai berikut:

**Gambar 1.2****Hasil Pra-Survei Loyalitas Konsumen**

| Pernyataan                                                               | Jawaban Responden |   |   |    |     | Total Responden |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------|---|---|----|-----|-----------------|
|                                                                          | SS                | S | N | TS | STS |                 |
| Saya akan menjadikan TB Putra Itikurih sebagai pilihan utama             | 3                 | 4 | 4 | 15 | 4   | 30              |
| Saya akan tetap setia pada TB Putra Itikurih                             | 4                 | 0 | 2 | 10 | 14  | 30              |
| Saya tidak bersedia merekomendasikan TB Putra Itikurih kepada orang lain | 14                | 7 | 3 | 5  | 0   | 30              |

Sumber: Data diolah, 2024.

Jika dilihat, setelah mewawancarai 30 responden pada Toko Bangunan Putra Itikurih, menunjukkan bahwa dari masing-masing pernyataan yang diberikan kepada 30 responden memilih jawaban secara berbeda mengenai loyalitas konsumen. Pada pernyataan pertama, sebanyak 15 responden menyatakan tidak setuju (TS) untuk menjadikan Toko Bangunan Putra Itikurih sebagai pilihan utama, kemudian pada pernyataan kedua sebanyak 14 responden menyatakan sangat tidak setuju (STS) untuk tetap setia kepada Toko Bangunan Putra Itikurih, dan 14 responden menyatakan sangat setuju (SS) untuk tidak merekomendasikan Toko Bangunan Putra Itikurih kepada orang lain.

Berdasarkan data penjualan dan wawancara pra survei 30 responden, menunjukan bahwa terdapat permasalahan mengenai loyalitas konsumen. Penulis beranggapan bahwa itu disebabkan faktor kurangnya kualitas pelayanan & harga pada toko tersebut dengan toko lainnya. Oleh karena itu, kedua faktor tersebut mampu membuat loyalitas konsumen lewat perilaku nya terus menerus melakukan pembelian secara berulang atau bahkan sebaliknya.

Kualitas pelayanan ialah faktor adanya loyalitas konsumen. Berdasarkan penelitian dilakukan oleh Yuliawati, Rahmawati, Ella dan Sanjaya (2021:5) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh baik dan signifikan dengan parsial ke loyalitas konsumen. Menurut Tjiptono dalam Bulan (2016:594), “Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.” Ini berarti bahwa kapasitas bisnis untuk memuaskan kebutuhan yang diantisipasi atau diinginkan konsumen adalah faktor penentu dalam kualitas pelayanan.

Pelayanan yang diharapkan oleh konsumen dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan adalah faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Jika pihak toko dan karyawannya dapat diandalkan untuk memenuhi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan akan memiliki nilai. Namun tidak berlaku untuk Toko Bangunan Putra Itikurih, karena terdapat masalah dengan kualitas pelayanan. Beberapa keluhan konsumen tentang kualitas pelayanan ditemukan dalam survei terhadap 30 responden, yang mendukung hal ini.:

**Gambar 1.3**

**Hasil Pra-Survei Kualitas Pelayanan**

| Pernyataan                                                                         | Jawaban Responden |   |   |    |     | Total Responden |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---|---|----|-----|-----------------|
|                                                                                    | SS                | S | N | TS | STS |                 |
| Pegawai TB Putra Itikurih sigap dalam melayani konsumen                            | 2                 | 2 | 4 | 16 | 6   | 30              |
| Pegawai TB Putra Itikurih memberikan pelayanan yang ramah                          | 4                 | 4 | 9 | 11 | 2   | 30              |
| Pegawai TB Putra Itikurih cepat dalam menanggapi keluhan/komplain dari konsumennya | 3                 | 1 | 3 | 13 | 10  | 30              |

Sumber : Data diolah, 2024.

Jika dilihat, setelah mewawancarai 30 responden pada Toko Bangunan Putra Itikurih, menunjukkan bahwa dari masing-masing pernyataan yang diberikan kepada 30 responden memilih jawaban secara berbeda. Pada pernyataan pertama, sebanyak 16 responden menyatakan sangat tidak setuju (STS) bahwa pegawai Toko Bangunan Putra Itikurih sigap dalam melayani konsumen, kemudian pada pernyataan kedua sebanyak 11 responden menyatakan tidak setuju (TS) bahwa pegawai Toko Bangunan Putra Itikurih telah memberikan pelayanan yang ramah, dan 13 responden menyatakan tidak setuju (TS) bahwa pegawai Toko Bangunan Putra Itikurih telah cepat dalam menanggapi keluhan konsumennya.

Di dapat kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam berkembangnya loyalitas konsumen, karena konsumen akan menjadi loyal ketika mendapatkan kualitas pelayanan yang baik. Namun, loyalitas konsumen akan menurun jika pelayanan di bawah standar. Selain itu, faktor yang lainnya dalam menciptakan konsumen yang loyal adalah harga. Berdasarkan penelitian oleh Insani dan Madiawati (2020:112), harga secara positif dan signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Harga merupakan komponen bauran pemasaran yang menghasilkan uang untuk membantu mencapai tujuan perusahaan dalam menjual barang atau jasa dan merupakan faktor kunci dalam mengelola bisnis.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Bulan (2016:595), “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut”. Oleh karena itu, harga dari suatu perusahaan ialah faktor penting untuk menimbulkan rasa percaya yang pada akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli dan merasa puas dengan produk yang diterimanya. Istilah “harga” mengacu pada nilai moneter yang dipertukarkan untuk produk dan layanan. Oleh karena itu, penentuan harga pada setiap produk yang dijual harus menarik minat konsumen.

Berdasarkan Pra survei kepada 30 responden pada Toko Bangunan Putra Itikurih, ada permasalahan terkait penentuan harga yang diberikan. Hal tersebut dijelaskan sebagai berikut:

**Gambar 1.4****Diagram Hasil Pra-Survei Harga**

| Pernyataan                                                                                         | Jawaban Responden |   |   |    |     | Total Responden |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---|---|----|-----|-----------------|
|                                                                                                    | SS                | S | N | TS | STS |                 |
| Harga setiap produk di Toko Bangunan Putra Itikurih terjangkau                                     | 2                 | 7 | 2 | 14 | 5   | 30              |
| Harga setiap produk di Toko Bangunan Putra Itikurih sudah sesuai dengan kualitas produk            | 2                 | 7 | 3 | 10 | 8   | 30              |
| Harga produk di Toko Bangunan Putra Itikurih lebih murah dibandingkan dengan toko bangunan lainnya | 2                 | 2 | 4 | 14 | 8   | 30              |

Sumber: Data diolah, 2024.

Jika dilihat dari tabel di atas, setelah mewawancarai 30 konsumen Toko Bangunan Putra Itikurih. Pada pernyataan pertama menunjukkan bahwa dari 30 responden 14 responden sangat tidak setuju (STS) bahwa harga setiap produk pada Toko Bangunan Putra Itikurih itu sudah terjangkau, kemudian 10 responden sangat tidak setuju (STS) bahwa harga setiap produk di Toko Bangunan Putra Itikurih sudah sesuai dengan kualitas produknya, dan 10 responden menyatakan sangat tidak setuju (STS) bahwa harga produk di Toko Bangunan Putra Itikurih lebih murah dibandingkan dengan toko bangunan lainnya.

Penentuan harga yang sesuai kualitas produk dan ekspektasi konsumen, hal ini berpengaruh pada loyalitas konsumen. Keterbukaan terhadap harga akan menjadikan konsumen loyal. Selain itu, terdapat perbedaan terkait harga jual pada setiap produk yang dijual oleh Toko Bangunan Putra Itikurih dengan toko bangunan sejenis, sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Harga Produk**

| No | Nama Produk               | Satuan | Nama Toko Bangunan dan Harga |              |               |                 |
|----|---------------------------|--------|------------------------------|--------------|---------------|-----------------|
|    |                           |        | TB Putra Itikurih            | TB Indo Jaya | TB Mekar Jaya | TB Putra Makmur |
| 1  | Cat Aquaproof 25 kg       | Pcs    | Rp1.100.000                  | Rp1.010.000  | Rp1.050.000   | Rp1.030.000     |
| 2  | Toren Penguin 500 lt      | Pcs    | Rp1.350.000                  | Rp1.270.000  | Rp1.250.000   | Rp1.290.000     |
| 3  | Kayu Jati (2,5x30x150 cm) | Pcs    | Rp950.000                    | Rp900.000    | Rp880.000     | Rp910.000       |
| 4  | Besi Beton Polos 28mm     | Pcs    | Rp710.000                    | Rp670.500    | Rp660.000     | Rp685.000       |
| 5  | Semen Gresik 50 kg        | Sak    | Rp80.000                     | Rp60.000     | Rp67.000      | Rp70.000        |

Sumber: Daftar Harga Produk di TB Putra Itikurih, TB Indo Jaya, TB Mekar Jaya, dan TB Putra Makmur, 2024.

Pada penjelasan tabel tersebut dari sebagian produk yang dijual seperti cat, toren, kayu jati, besi beton dan semen, bahwa produk yang dijual oleh Toko Bangunan Putra Itikurih lebih tinggi dibandingkan dengan toko bangunan lainnya. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal maka perlu dibutuhkan strategi dalam menetapkan suatu harga, karena harga merupakan elemen penting dalam proses penjualan.

Dari sini, bisa disimpulkan bahwa penentuan harga dan standar pelayanan Toko Bangunan Putra Itikurih adalah penyebab turunnya penjualan. Jika semakin baik pelayanan ke konsumen dan harga yang diberikan itu baik maka konsumen akan loyal ke toko. Berdasarkan uraian, dibahas dan dianalisis masalah tersebut maka peneliti mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Bangunan Putra Itikurih Purwadadi Subang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang terdapat berbagai faktor pengaruh loyalitas konsumen, variabel-variabel yang diteliti dan berkaitan antarvariabel independen dan dependen. Dirumuskan berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas konsumen pada Toko Bangunan Putra Itikurih ?
2. Apakah harga berpengaruh pada loyalitas konsumen pada Toko Bangunan Putra Itikurih ?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuannya ialah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan ke loyalitas konsumen pada TB Putra Itikurih.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga ke loyalitas konsumen pada TB Putra Itikurih.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Berikut manfaatnya:

1. Bagi Penelitian Berikutnya  
Hasil diharapkan bermanfaat sebagai referensi penelitian selanjutnya dan untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Bagi Toko Bangunan Putra Itikurih  
Hasil diharapkan jadi bahan masukan dalam meningkatkan pelayanan dan menentukan harga bagi Toko Bangunan Putra Itikurih guna meningkatkan loyalitas konsumennya, sehingga dapat menerapkan strategi yang tepat.

## **1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah**

Supaya fokus dan tertata dalam menjawab rumusan tujuan penelitian, peneliti membatasi ruang lingkup masalah:

1. Variabel yang digunakan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Loyalitas Konsumen ( $Y$ ).
2. Objek dilakukan di Toko Bangunan Putra Itikurih, Jalan. Purwadadi Barat, Dusun Babakan Conto RT 005 RW 001, Desa Purwadadi Barat, Kecamatan Purwadadi, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41261.
3. Subjek ialah konsumen yang sudah bertransaksi di Toko Bangunan Putra Itikurih pada periode tahun 2021-2023.

### **1.5 Sistematika Pelaporan**

Sistem penulisan yang terorganisir telah dirancang untuk memasukkan rincian mengenai konten dan tema yang dibahas dalam setiap bab, untuk gambaran transparan terkait investigasi ini. Dipakai sistematika penulisan:

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini topik yang dibahas meliputi konteks masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, pembatasan masalah dan metodologi pelaporan penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan secara teoritis mengenai kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas konsumen, membahas hubungan antar variabel, mengulas penelitian terdahulu, menjabarkan kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan, dasar-dasar teori yang digunakan, lokasi, waktu penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis data, dan pengujian uji hipotesis.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memberikan gambaran umum mengenai objek penelitian, deskripsi data responden, data uji validitas dan reliabilitas, deskripsi data variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), deskripsi data variabel harga ( $X_2$ ), deskripsi data variabel loyalitas konsumen ( $Y$ ), deskripsi asil uji hipotesis, pembahasan dan kelemahan penelitian.

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi simpulan hasil penelitian mengenai Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Bangunan Putra Itikurih, serta saran yang bisa diterima dan dimanfaatkan Toko Bangunan Putra Itikurih dalam meningkatkan loyalitas konsumennya.