

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Peningkatan persaingan di pasar global telah memaksa perusahaan untuk menggeser fokus mereka dari sekadar memenuhi kebutuhan fungsional konsumen menjadi memberikan pengalaman pelayanan yang superior. Konsumen modern tidak lagi puas hanya dengan produk yang baik secara teknis; mereka juga menginginkan interaksi yang menyenangkan dan pelayanan yang responsif. Ini berarti bahwa perusahaan harus tidak hanya responsif terhadap kebutuhan langsung konsumen, tetapi juga terbuka terhadap umpan balik dan masukan dari pelanggan mereka. Perusahaan yang berhasil menciptakan pengalaman pelayanan yang ramah, efisien, dan terpercaya dapat membedakan diri mereka di pasar yang padat dan bersaing ketat.

Pelayanan yang baik tidak hanya berdampak positif pada persepsi konsumen terhadap merek, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Ketika konsumen merasa dihargai dan didengar, mereka cenderung kembali untuk bertransaksi lagi dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan kualitas pelayanan bukan hanya tentang

mempertahankan basis pelanggan yang ada, tetapi juga tentang menarik pelanggan baru melalui reputasi yang baik. Dengan demikian, pelayanan yang superior bukan lagi pilihan tambahan tetapi telah menjadi keharusan strategis bagi perusahaan yang ingin tetap relevan dan kompetitif dalam ekonomi global saat ini.<sup>1</sup>

Kualitas produk memegang peranan krusial dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di pasar modern. Selain memenuhi kebutuhan fungsional, konsumen juga menginginkan produk yang tahan lama, handal, dan inovatif. Daya tahan sebuah produk menjadi kunci penting karena konsumen menginginkan investasi mereka dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama tanpa mengalami kerusakan atau penurunan kinerja yang signifikan. Keandalan produk juga merupakan faktor penting, di mana konsumen mengharapkan produk dapat berfungsi sesuai dengan yang dijanjikan tanpa adanya masalah teknis yang sering terjadi.

Produk berkualitas tinggi tidak hanya memenuhi ekspektasi dasar konsumen, tetapi juga dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan. Inovasi produk adalah salah satu cara untuk menghasilkan nilai tambah ini, dengan memperkenalkan fitur-fitur baru atau teknologi yang

---

<sup>1</sup> Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2023). Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital. *GLORY ( Global Leadership Organizational Research in Management)*, 1(4), 371–386.

meningkatkan pengalaman pengguna. Perusahaan yang berhasil menggabungkan pelayanan yang superior dengan produk berkualitas tinggi cenderung membangun loyalitas yang kuat di antara pelanggan mereka. Kombinasi ini menciptakan kesan positif yang berkelanjutan, memperkuat hubungan antara merek dan konsumen serta meningkatkan kemungkinan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Dengan demikian, fokus yang seimbang pada kualitas produk dan pelayanan yang unggul merupakan strategi yang penting dalam mencapai kepuasan konsumen yang berkelanjutan dan kesetiaan pelanggan yang kuat di pasar yang kompetitif.<sup>2</sup>

Dalam menghadapi dinamika pasar global yang cepat berubah dan persaingan yang semakin intensif, tantangan utama bagi perusahaan adalah membangun serta mempertahankan loyalitas konsumen secara berkelanjutan. Perubahan dalam preferensi konsumen yang cepat, perkembangan teknologi yang terus berubah, dan kecepatan informasi yang meningkat telah mengubah paradigma bisnis secara signifikan. Perusahaan harus mampu tidak hanya merespons, tetapi juga mengantisipasi kebutuhan dan harapan konsumen dengan cepat dan tepat. Hal ini menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan pelayanan dan kualitas

---

<sup>2</sup> Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal.

produk mereka agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang berubah ini.

Pentingnya memahami secara mendalam interaksi antara pelayanan, kualitas produk, dan loyalitas konsumen menjadi semakin krusial. Pelayanan yang baik dan produk berkualitas tinggi bukan lagi sekadar faktor pendukung, tetapi telah menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Perusahaan yang mampu memberikan pengalaman pelayanan yang superior, responsif terhadap umpan balik konsumen, dan menyediakan produk yang memenuhi standar tinggi memiliki peluang lebih besar untuk membangun loyalitas yang kuat. Dengan membangun basis pelanggan yang setia, perusahaan dapat mengurangi kerentanan terhadap fluktuasi pasar dan meningkatkan stabilitas dalam bisnis mereka. Oleh karena itu, strategi yang holistik dan terintegrasi yang menggabungkan pelayanan yang unggul dengan produk berkualitas tinggi merupakan kunci untuk mencapai keberhasilan jangka panjang di era kompetitif saat ini.

Dalam kompleksitas pasar global saat ini, adaptabilitas dan responsivitas perusahaan terhadap perubahan lingkungan eksternal menjadi kunci utama untuk mencapai keberhasilan jangka panjang. Perusahaan-perusahaan harus mampu mengidentifikasi dan memahami dinamika pasar yang berubah dengan cepat, termasuk perubahan dalam preferensi

konsumen, perkembangan teknologi, dan regulasi yang berkembang. Kemampuan untuk mengadaptasi strategi operasional dan pemasaran mereka sesuai dengan temuan dari riset pasar dan analisis pasar adalah kritis dalam mempertahankan daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat. Perusahaan yang dapat mengintegrasikan temuan ini ke dalam strategi mereka tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan konsumen dengan menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan harapan, tetapi juga dapat memperkuat posisi mereka di pasar global yang dinamis.<sup>3</sup>

Penelitian ini tidak hanya memiliki implikasi praktis tetapi juga kontribusi teoritis yang signifikan dalam manajemen strategis. Dengan memahami hubungan antara pelayanan, kualitas produk, dan loyalitas konsumen secara mendalam, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dan terarah. Integrasi temuan penelitian ini dapat membantu perusahaan membangun diferensiasi yang berkelanjutan melalui pelayanan yang superior dan inovasi produk yang tepat waktu. Hal ini juga dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana dinamika pasar mempengaruhi interaksi antara perusahaan dan konsumen, serta mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi

---

<sup>3</sup> Putri, N,dkk, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (2021).

keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara langsung, tetapi juga untuk memperkaya teori dan praktik manajemen strategis dalam konteks global yang terus berubah.

Berdasarkan observasi awal yang saya lakukan pada bulan juli 2024 saya mengamati bahwa ada beberapa konsumen yang berbelanja lebih dari satu kali dalam satu hari. Hal ini menjadi pacuan dalam penelitian saya, saya mengamati semua konsumen, pelayanan yang diberikan karyawan terhadap konsumen, serta apa yang membuat konsumen tersebut kembali lagi berbelanja dan menjadi loyalitas.

Mayoritas yang berbelanja di Indomaret Hibrida III ialah seorang muslim dibandingkan dengan konsumen yang non muslim, yang dapat dilihat dari cara berpakaianya yang menggunakan kerudung ini membuat suatu ketertarikan saya dengan penelitian ini.

Oleh karena itu berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menjadikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Pelayanan Kualitas Produk Dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Konsumen muslim di Indomaret Hibrida III Kota Bengkulu”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah Variabel Pelayanan Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Hibrida III Kota Bengkulu?
2. Apakah Variabel Kualitas Produk Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Hibrida III Kota Bengkulu?
3. Apakah Variabel Loyalitas Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Hibrida III Kota Bengkulu?
4. Secara Simultan Apakah Variabel Pelayanan, Kualitas Produk Dan Loyalitas Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Hibrida III Kota Bengkulu?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui Pengaruh variabel Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Hibrida III Kota Bengkulu
2. Untuk mengetahui Pengaruh variabel kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Hibrida III Kota Bengkulu

3. Untuk mengetahui Pengaruh variabel loyalitas Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Hibrida III Kota Bengkulu
4. Untuk mengetahui Pengaruh variabel Pelayanan, kualitas produk dan loyalitas Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Hibrida III Kota Bengkulu

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini dapat di bedakan menjadi dua macam yaitu kegunaan secara teoritis dan secara praktis:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada pemikiran dan ilmu pengetahuan, serta membantu masyarakat dalam memahami pengaruh kualitas pelayanan produk dan loyalitas terhadap kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan serta berfungsi sebagai indikator dalam upaya penyempurnaan karya tulis ilmiah.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi kantin dan usaha sejenisnya.

## E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Wagdra pada tahun 2022 berjudul “Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Prima Labeling” bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT Prima Labeling. Dalam studi ini, peneliti melakukan observasi untuk menilai dampak dari pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan perusahaan tersebut. Objek penelitian mencakup konsumen PT Prima Labeling. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan metode regresi linear berganda dan menerapkan teknik sampel jenuh yang melibatkan 104 responden. Untuk pengujian hipotesis, digunakan uji t dan uji F dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pelayanan, kualitas produk, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang diperoleh juga signifikan.<sup>4</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Kukuh Familiar dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan

---

<sup>4</sup> Wangdra, Y. (2022). Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Prima Labeling.

Pelanggan” bertujuan untuk mengungkap pengaruh langsung maupun tidak langsung antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti terdiri dari 5.001 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, sehingga diperoleh 99 responden menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan dengan metode analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan berperan penting dalam meningkatkan loyalitas tersebut. Selain itu, kepuasan pelanggan juga memediasi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatnya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Familiar, K., & Ida, M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rossitya Dwi Setyawardani berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D’besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan)” bertujuan untuk mengukur sejauh mana kualitas produk dan pelayanan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan di d’Besto Mangun Jaya 2, Tambun Selatan. Strategi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif, dengan metode yang digunakan berupa analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sementara itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan menunjukkan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, meskipun tidak signifikan. Di sisi lain, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, namun juga tidak signifikan. Secara keseluruhan, kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan pelayanan juga berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, faktor-faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Metode yang

digunakan dalam penelitian ini adalah survei, di mana populasi yang diteliti adalah pelanggan d'Besto Mangun Jaya 2 di Tambun Selatan, dengan sampel sebanyak 120 responden.<sup>6</sup>

4. Penelitian yang dilakukan oleh Wodjoyo dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya" mengungkapkan gambaran menarik tentang perkembangan bisnis makanan di Indonesia. Pertumbuhan yang pesat dalam industri makanan ini turut meningkatkan persaingan di antara para pelaku usaha. Restoran Happy Garden, sebagai salah satu pemain di bidang ini, dituntut untuk memiliki keunggulan agar dapat bersaing dan bertahan di tengah ketatnya kompetisi. Salah satu strategi yang dapat diadopsi untuk meraih keunggulan tersebut adalah dengan menerapkan kualitas layanan dan produk yang optimal. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus menciptakan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas konsumen di restoran Happy Garden Surabaya. Selain itu, penelitian ini juga ingin

---

<sup>6</sup> Rossitya Dwi Setyawardani. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan.

mengidentifikasi faktor mana yang memiliki pengaruh dominan di restoran tersebut. Dalam proses pengumpulan data, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 160 responden yang merupakan konsumen dari Happy Garden Surabaya. Untuk menganalisis pengaruh antara Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen, peneliti menggunakan metode Structural Equation Model.<sup>7</sup>

5. 5. Penelitian yang dilakukan oleh Syifa Nur Febriani berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mayoutfit Fashion Store Cabang Bandung, Indonesia” bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Mayoutfit Fashion Store Cabang Bandung. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk Mayoutfit di cabang Bandung setidaknya sekali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Pengolahan data mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, dan analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 102 responden, dan data dikumpulkan dengan menyebarkan

---

<sup>7</sup> Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya.

kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif sebesar 39,1% terhadap kepuasan pelanggan di Mayoutfit Cabang Bandung, Indonesia.<sup>8</sup>

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman isi penelitian secara keseluruhan, penulisan ini dibagi menjadi lima bab beserta beberapa sub-bab di dalamnya. Berikut adalah rincian struktur tersebut:

Bab I merupakan pendahuluan yang mencakup latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan penelitian sebelumnya, serta sistematika penulisan.

Bab II berjudul Kajian Teori, yang membahas pengaruh pelayanan, kualitas produk, dan loyalitas terhadap kepuasan konsumen.

Bab III berisi gambaran umum objek penelitian, memberikan pemahaman menyeluruh mengenai objek yang diteliti.

---

<sup>8</sup> Syifa Nur Febriani yang berjudul “*Analysis of the Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Mayoutfit Fashion Store Bandung Branch, Indonesia*”, International Journal Administration, Business & Organization Vol.4 No.1 (2023): 25.

Merujuk pada tabel hasil dari SPSS, tampak bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) mencapai 0,200, yang lebih tinggi daripada 0,05. Oleh karena itu, menurut prinsip pengambilan keputusan dalam pengujian normalitas kolmogorov-smirnov yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki distribusi normal. Dengan kata lain, kondisi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

## **2. Uji Multikolinieritas**

Uji multikoloniaritas bertujuan untuk menyelidiki apakah terdapat hubungan antara variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2013:105). Dimensi multikoloniaritas dapat dievaluasi melalui nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Apabila nilai tolerance melebihi 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam studi ini (Ghozali, 2011:105-106). Berikut ini adalah hasil analisis multikolinieritas yang telah dilakukan.