

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat sekarang ini masyarakat Indonesia khususnya masyarakat yang memiliki hobi dan kegiatan yang berbeda-beda. Setiap hobi dan kegiatan yang dilakukan memiliki beberapa alat pendukung hobi dan kegiatan tersebut. Bagi masyarakat yang memiliki hobi petualangan (*adventure*) atau yang lebih dikenal dengan sebutan *outdoor* memiliki berbagai macam merek alat perlengkapan pendukung untuk melakukan kegiatan tersebut. Beberapa tahun belakangan ini banyaknya masyarakat gemar melakukan kegiatan *adventure* mulai dari mendaki gunung, berkemah, panjat tebing, hingga melakukan kegiatan menantang lainnya.

Ketika seseorang melakukan kegiatan *camping* tentu saja membutuhkan peralatan-peralatan yang mendukung, seperti alasan-alasan tersebutlah yang mendasari seseorang untuk memilih menyewa peralatan-peralatan *outdoor* tersebut dibandingkan harus membeli. Macam-macam peralatan *outdoor* seperti tenda dome, tas *carrier*, *sleeping bag*, *handy-talkie*, *GPS (Global Positioning System)*, *head lamp*, matras, kompor *portable* ponco, jas hujan dan peralatan-peralatan lainnya. Namun, tidak semua orang yang akan melakukan kegiatan *camping* memiliki peralatan-peralatan tersebut secara lengkap karena kegiatan *camping* ini mungkin dilakukan dalam intensitas waktu yang bisa dibilang jarang dan harga dari peralatan-peralatan tersebut yang tidak murah juga.

Peralatan-peralatan *outdoor* juga memiliki perawatan khusus supaya tidak rusak dan tetap dapat berfungsi dengan baik dalam jangka waktu yang lama. Di lihat dari sisi ekonomis, mereka tidak perlu memikirkan jumlah yang besar dari anggaran untuk pembelian dan pemeliharaan peralatan. Ketika banyak orang lebih memilih menyewa dibandingkan membeli peralatan *camping* maka menimbulkan dan meningkatkan kebutuhan akan penggunaan peralatan *outdoor*.

Menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Oleson (2000) mendefinisikan Pelayanan adalah perilaku penjual kepada pembeli dengan memberikan yang terbaik bagi konsumen, pelayanan yang baik dilakukan agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Narteh, 2018) dengan judul *The relationships of wine promotion, customer satisfaction, and behavioral intention: The moderating roles of customers "gender and age"*. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif dan metodologi survei digunakan untuk mengumpulkan data dari 560 pelanggan Bank. Analisis menggunakan SEM, dengan temuan bahwa indikator kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bank ritel di Ghana.

Menurut Kotler dan Garry Armstrong (2001:204) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Pengertian produk itu sendiri menurut Fandy Tjiptono (2008:88) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau

dikonsumsi pasar yang terkait. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan (Swasta, 2002:126).

Penelitian ini dilakukan oleh Caesar Andreas (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan ketiga elemen lainnya seperti produk, distribusi dan promosi hanya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang fleksibel dan dapat diubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas produk dan saluran distribusi. Kotler dan Keller (2007:340) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk-produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Penelitian yang dilakukan Ade Risman Rifai dan Triyono Arief Wahyudi (2017) dengan judul Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan dan Kepuasan

Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. Hasil uji hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kualitas, citra merek dan persepsi harga terhadap kepercayaan pelanggan.

Loyalitas didefinisikan sebagai suatu sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap penyedia produk dan/atau jasa. Konsumen yang loyal adalah seorang konsumen yang selalu membeli kembali dari *provider* atau penyedia jasa yang sama. Loyalitas pelanggan tujuan akhir keberhasilan perusahaan menjalin hubungan relasi dengan pelanggannya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat.

DNA *Adventure* merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang produk, jasa atau pelayanan sewa dan menjual berbagai macam alat *outdoor* seperti tenda *dome*, *sleeping bag*, matras, tas gunung, *hammock*, *waistbag*, dan produk *outdoor* lainnya. Biasanya dibuka dari pukul 09:00 sd. 21:00 WIB, bertempat di Jln. Jendral Soedirman KM 1 Laren, Bumiayu, Brebes, Jawa Tengah, Indonesia 52273.

DNA *Adventure* berdiri sejak tahun 2018 dengan menawarkan jasa persewaan alat *outdoor* meliputi perlengkapan *camping*, mendaki, dan semua hal yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di gunung, pantai, dan kegiatan di luar ruangan lainnya. Dengan tingginya harga peralatan dan perlengkapan *outdoor* maka, tempat persewaan alat *outdoor* seperti DNA *Adventure* menjadi alternatif terbaik bagi konsumen yang memiliki modal minim ataupun yang hanya sesekali melakukan kegiatan *outdoor*.

Memasuki tahun 2019, DNA *Adventure* mengalami peningkatan omset dikarenakan semakin meningkatnya komunitas penyuka kegiatan *outdoor* di

kota Bumiayu. Kondisi ini menjadikan pemilik DNA *Adventure* berpikir untuk mengembangkan perusahaannya. DNA *Adventure* mencoba untuk meningkatkan jumlah konsumennya dengan menawarkan jasa *open trip*, *privat trip*, *guide*, *porter gunung*, *tour & travel* atau kegiatan *outdoor* lainnya. Sedangkan, diawal tahun 2020, banyak tempat-tempat wisata hampir diseluruh nusantara serentak ditutup dan pemerintah menerapkan *stay at home* sehingga menutup akses untuk melakukan kegiatan di luar rumah. Hal ini mengakibatkan DNA *Adventure* mengalami penurunan omset yang sangat drastis dikarenakan adanya wabah *covid-19* selama kurang lebih 4 bulan terhitung dari bulan februari sd bulan mei 2020.

Namun di era *New normal* pada bulan juni 2020, DNA *Adventure* kembali mengalami peningkatan omset dikarenakan banyaknya jumlah peminat sewa alat *camping* di DNA *Adventure*. Banyak antusias masyarakat yang ingin melakukan kegiatan di luar rumah seperti *camping* dan *hiking* di beberapa tempat wisata yang sudah dibuka.

Banyaknya pesaing peralatan *outdoor* di Bumiayu yang menjual dan menyewakan produk yang sama, DNA *Adventure* dituntut untuk berpikir lebih keras di tengah persaingan yang ada. Berikut ini adalah gambaran toko-toko peralatan *outdoor* yang ada di sekitar kota Bumiayu.

Tabel 1 Daftar Pesaing DNA *Adventure*

No	Nama Pesaing	Alamat
1	Vulcano Outdoor	JL. Raya Grengseng Paguyangan
2	Gulu-Gulu	JL. Raya Kaliwadas Bumiayu
3	Adisa outdoor	JL. Raya Tonjong
4	AGE	JL. Raya Kalierang Bumiayu

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2020

Dari tabel 1 di atas adalah daftar pesaing DNA *Adventure* yang ada di sekitar kota Bumiayu, hal ini akan menjadikan ancaman tersendiri untuk DNA *Adventure* karena para pesaing menjual dan menyewakan jenis produk yang sama dari beberapa produk pesaing. Peneliti melakukan survei tentang harga persewaan alat *outdoor* di kota Bumiayu. Untuk lebih jelasnya, di bawah ini akan dijelaskan dalam bentuk tabel perbandingan harga perlengkapan *outdoor* di kota Bumiayu adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Perbandingan Harga Sewa Perlengkapan *Outdoor*

No	Toko	Tenda	Keril	Matras	SB	Kompur
1	DNA Adventure	Rp.35000	Rp.25000	Rp.5000	RP.10000	Rp.10000
2	Gulu – Gulu	Rp.35000	Rp.20000	Rp.3000	Rp.8000	Rp.8000
3	Adisa Outdoor	Rp.35000	Rp.20000	Rp.3000	Rp.7000	Rp.8000
4	AGE	Rp.35000	Rp.20000	Rp.3000	Rp.7000	Rp.8000
5	Vulcano	Rp.35000	Rp.20000	Rp.3000	Rp.8000	Rp.8000

Sumber: Hasil survei di beberapa tempat toko *outdoor*, 2020

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat di lihat perbedaanya antara DNA *Adventure* dan para pesaingnya. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus: pelanggan DNA *Adventure* Bumiayu)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian di atas maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?

3. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di uraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan perkembangan ilmu pada bidang Manajemen Pemasaran mengenai kepuasan konsumen, kualitas produk dan persepsi harga untuk loyalitas konsumen.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi perusahaan dibidang jasa khususnya DNA *Adventure* untuk meningkatkan kepuasan konsumennya sehingga memperoleh loyalitas layanan.