

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.

Pada era globalisasi sekarang tingkat persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, karena setiap pembisnis selalu bersaing untuk dapat meningkatkan pangsa pasar nya. Dengan adanya persaingan ini, setiap pembisnis berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan pelanggan. (Herliyansyah, 2018, hlm. 1) Zaman sekarang sudah banyak masyarakat yang tertarik untuk melakukan kegiatan berbisnis, selain alasan untuk menambah penghasilan, mengikuti trend zaman, ataupun karena hobby atau keinginan tersendiri menjadi seorang pembisnis. Salah satu bisnis yang saat ini tengah digeluti masyarakat yaitu industri fashion. Karena berkembangnya kesadaran masyarakat akan fashion yang sudah mengarah pada pemenuhan gaya hidup dalam berbusana, pada zaman sekarang kebutuhan berbusana bukan hanya sekedar untuk menutupi tubuh, tetapi untuk menunjukkan gaya hidup dan identitas pemakainya. Sehingga hal ini sejalan dengan perkembangan industri fashion di mata masyarakat. (Sola, 2018, hlm. 3)

Agar bisnis yang dijalankan berhasil, maka diperlukannya strategi pemasaran yang baik untuk menghadapi persaingan. Strategi pemasaran merupakan proses menciptakan, membangun, dan mengkomunikasikan suatu nilai yang menguntungkan kepada pelanggan untuk mencapai suatu tujuan bisnis. Salah satu tujuan pembisnis adalah menciptakan loyalitas pelanggannya.

Loyalitas pelanggan merupakan kunci sukses bagi suatu bisnis, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi akan menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh atau berpindah ke tempat maupun produk dari usaha lainnya. Loyalitas pelanggan akan menjadi sangat penting untuk mempertahankan posisi perusahaan dipasar serta menciptakan efektivitas dan efisiensi bisnis, karena jika bisnis tersebut tidak membangun loyalitas pelanggan, maka kemungkinan bisnis tersebut akan mengeluarkan banyak uang dan tenaga untuk mencari pelanggan baru.

Loyalitas pelanggan dapat tercipta oleh berbagai faktor. Harga dan Kualitas produk diduga akan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Suatu produk akan diterima oleh konsumen dan bertahan dalam kompetisi pasar adalah produk yang memberikan kepuasan. Harga dan Produk yang dipasarkan akan menentukan sikap konsumen untuk menilai, memutuskan, sekaligus memberikan kesan terhadap produk tersebut, karena ada anggapan bahwa pelanggan yang merasa puas akan cenderung lebih loyal terhadap produk tersebut. (Sola, 2018, hlm. 2)

Sebagaimana diketahui bahwa tujuan dari suatu bisnis untuk menciptakan para konsumen ataupun pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan tersebut dapat memberikan beberapa manfaat tersendiri bagi perusahaan, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumennya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian berulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merek serta konsumen tersebut bisa saja membuat sebuah rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. (Herliyansyah, 2018, hlm. 6)

Seperti halnya pada industri fashion yang bernama Raytwo Distro merupakan salah satu *Botique Outlet* yang berada di Kotabaru, Raytwo Distro merupakan salah satu industri fashion yang dapat memenuhi kebutuhan fashion baik itu dari kalangan anak-anak sampai orang dewasa dapat mengenakan outlet ditempat ini, dikarenakan banyaknya pilihan busana yang dapat digunakan dan menjadi pilihan konsumen di Raytwo Distro. Setiap hari nya toko ini tidak pernah sepi pengunjung, produk yang ditawarkan oleh toko Raytwo Distro pun beragam, mulai dari pakaian, aksesoris, tas, sandal dan lainnya. Harga yang ditawarkan pun bervariasi dan juga terjangkau. Toko Raytwo Distro ini terletak di Jalan. Putri Jaleha, Baharu Selatan, Pulau Laut Utara, Kotabaru.

Adapun data jumlah pelanggan Raytwo Distro yang membeli produk di Raytwo Distro Kotabaru sebagai berikut :

Tabel 1.1

**Jumlah Pelanggan yang membeli produk di Raytwo Distro Kotabaru
(Bulan Januari 2020, Februari 2020, dan Maret 2020)**

Per Minggu	Januari 2020	Februari 2020	Maret 2020
Minggu 1	46	23	35
Minggu 2	24	31	18
Minggu 3	26	32	45
Minggu 4	44	44	32
Jumlah	140	130	130

(Sumber : Wawancara, Mba Intan. Selasa, 5 Mei 2020)

Berdasarkan tabel 1 dapat di lihat bahwa pelanggan yang membeli produk di Raytwo Distro Kotabaru mengalami *fluktuasi* (naik turun). Jumlah pelanggan yang membeli produk di Raytwo Distro pada hari libur atau mendekati hari besar sebanyak 6-10 orang perhari, sedangkan pada hari-hari biasa jumlah pelanggan yang membeli produk di Raytwo Distro mengalami penurunan menjadi 5-7 orang perhari. (Herliyansyah, 2018, hlm. 7) Maka dengan penjelasan tersebut penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk**

terhadap Loyalitas Konsumen Raytwo Distro Kotabaru dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh Harga dan Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Loyalitas Konsumen Raytwo Distro Kotabaru?
2. Apakah pengaruh Harga dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Loyalitas Konsumen Raytwo Distro Kotabaru?
3. Apakah pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Raytwo Distro Kotabaru dalam Perspektif Ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian.

Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara Parsial terhadap Loyalitas Konsumen Raytwo Distro Kotabaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara Simultan terhadap Loyalitas Konsumen Raytwo Distro Kotabaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Raytwo Distro Kotabaru dalam Perspektif Ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian.

Manfaat penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Dapat memperkaya konsep atau teori dalam ilmu manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan Harga, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Dapat mengetahui faktor-faktor penting yang mempengaruhi loyalitas konsumen Raytwo Distro Kotabaru, sehingga dapat menjadi masukan yang berguna dalam pengambilan keputusan bisnis yang akan datang.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Sebagai informasi dan bahan acuan untuk membantu melakukan penelitian lebih lanjut.

E. Definisi Operasional.

Upaya menghindari kekeliruan serta kesalahan yang akan terjadi pada maksud penelitian yang dilakukan agar sesuai dengan yang diinginkan, peneliti berusaha membuat definisi operasional yakni sebagai berikut:

1. Secara sederhana istilah harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satu moneter) atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Sedangkan dalam konsep Ekonomi Islam, harga yang adil merupakan konsep harga pada Ekonomi Islam, dan pada hakikatnya bahwa konsep harga yang adil telah ada dan digunakan sejak awal kehadiran Islam. Al-Qur'an sendiri sangat menekankan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu, adalah hal yang wajar jika keadilan juga diwujudkan dalam aktivitas pasar, khususnya harga. Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga produk yang dijual atau ditawarkan oleh Raytwo Distro kepada para pelanggan atau konsumen.
2. Kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu barang atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan atau memenuhi suatu kebutuhan pelanggan atau konsumen, yang akan mempengaruhi nilai kualitas dari perusahaan penghasil produk tersebut. Dalam perspektif ekonomi Islam para perusahaan tidak boleh mengabaikan kualitas produk, karena jika mengabaikannya, pelanggan akan berpikir berulang-ulang untuk membeli. Pembisnis harus mengedepankan kualitas produk sebagai daya saing berbisnis yang tentunya tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Kualitas produk yang dimaksud pada penelitian ini adalah produk

berkualitas yang dihasilkan oleh Raytwo Distro untuk menarik pelanggan atau konsumennya.

3. Loyalitas pelanggan merupakan sifat konsisten pelanggan dalam melakukan pembelian berulang terhadap suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan pada penelitian ini adalah kepercayaan atau persepsi pelanggan untuk melakukan pembelian berulang pada produk yang ditawarkan oleh Raytwo Distro.

F. Kerangka Pemikiran.

Harga merupakan jumlah uang yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Disamping itu pilihan konsumen untuk menetapkan kelayakannya terhadap Raytwo Distro ialah meninjau dari segi harga dan kualitas produk. Harga dan Kualitas produk inilah yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih sebuah produk. Loyalitas pelanggan merupakan tantangan manajemen terpenting yang banyak dihadapi oleh para pembisnis di seluruh dunia. Telah kita ketahui bahwa loyalitas pelanggan sering diartikan pada perilaku pembelian berulang oleh pelanggan terhadap produk barang maupun jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Keduanya memanglah berhubungan, namun sebenarnya memiliki perbedaan. Seperti kita lihat dalam konteks harga, misalnya, loyalitas mencerminkan komitmen psikologis terhadap harga

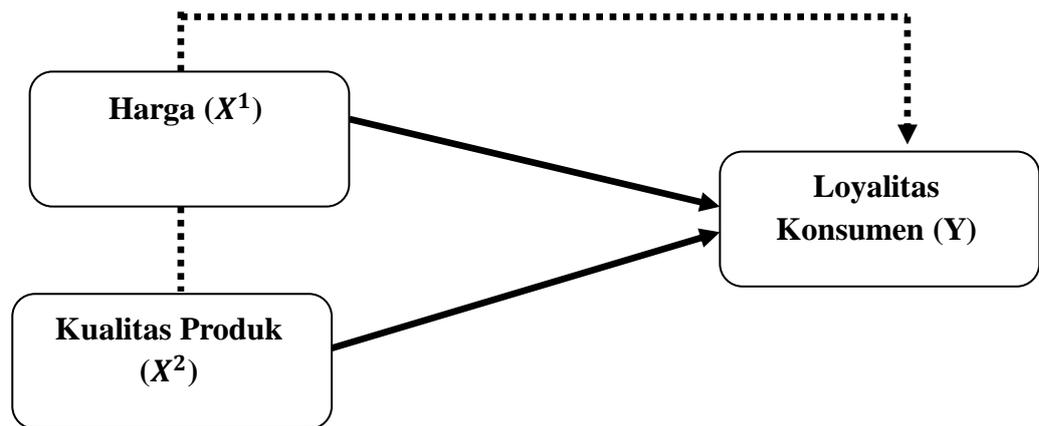
murah yang sama secara berulang kali, (bisa dikarenakan memang karena produk yang ditawarkan perusahaan tersebut sesuai dengan manfaat atau kualitas nya dengan harga yang murah, sehingga pelanggan tertarik membeli karena alasan harga murah nya dan membandingkan dengan kualitas produknya, namun jika harga nya mahal namun tidak sesuai dengan kualitas produk maka ini juga akan berpengaruh pada keputusan pembelian oleh pelanggan).

Penjual akan mempertimbangkan psikologi harga dan bukan hanya keekonomisannya. Misalnya, konsumen biasanya menganggap produk yang harga nya lebih tinggi memiliki kualitas yang lebih tinggi. Ketika konsumen dapat menilai kualitas produk dengan mempelajarinya atau dengan mengingat pengalaman masa lalu dengan produk tersebut, mereka tidak terlalu mengandalkan harga untuk menilai kualitas. Tetapi, ketika mereka tidak dapat menilai kualitas karena mereka kekurangan informasi atau keahlian, harga menjadi tanda kualitas yang penting. (Kotler & Armstrong, 2014, hlm. 12)

Dari uraian diatas, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut

:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :



: Pengaruh secara Parsial



: Pengaruh secara Simultan

(Sumber : Gambar diolah oleh Penulis, 2020)

Dari gambar 1 dapat dijelaskan bahwa penulis akan melakukan penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Adapun untuk melihat sejauh mana loyalitas konsumen pada Raytwo Distro tersebut maka peneliti menggunakan variabel harga dan kualitas produk untuk menopang kebenaran atas teori yang ada. Diharapkan pada penelitian ini yang diawali dengan kerangka pemikiran

yang telah dibuat menjadikan variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

G. Hipotesis.

Hipotesis adalah diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran itu harus dibuktikan melalui data yang dikumpulkan. Hipotesis ini akan diuji oleh penulis sendiri sehingga akan dapat suatu kesimpulan. Apakah suatu hipotesa tersebut dapat dibuktikan sehingga akan dapat diterima atau ditolak. Dugaan penulis terhadap penelitian ini adalah adanya dampak Harga (X^1) dan Kualitas Produk (X^2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara X^1 dan X^2 terhadap Y. penulis menggunakan analisis regresi linier berganda, jika didasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka hipotesa dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. H_{a_1} : Terdapat pengaruh antara Harga terhadap Loyalitas Konsumen.

H_{o_1} : Tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap Loyalitas Konsumen.

2. H_{a_1} : Terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.

H_{o_1} : Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.

3. H_{a_1} : Terdapat pengaruh antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.

H. Kajian Pustaka.

Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian-penelitian yang penulis lakukan berkaitan dengan Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Raytwo Distro Kotabaru. Beberapa penulis temukan yang berkaitan tentang persoalan yang akan penulis teliti. Beberapa diantaranya:

1. Hetty Sri Wardani (2019)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang”. Jenis penelitiannya dikategorikan dalam penelitian Lapangan (*field research*). Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan *Accidental Sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa Variabel Harga tidak mempengaruhi Konsumen pada minat pembelian di Jaizah Boutique sedangkan Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan sehingga hal ini dikatakan dapat mempengaruhi konsumen pada keputusan pembelian di Jaizah Boutique.

2. Riny Herliyansyah (2018)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna Go-Jek di Sleman”. Teknik pengambilan sample yang digunakan *non-probability sampling* dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Seluruh kusioner yang terkumpul ditabulasikan dengan menggunakan perangkat lunak yaitu program Exel 2013 kemudian dianalisis dengan menggunakan program IBM SPSS *Statistic versi 23*. Dan jumlah sample sebanyak 100 responden. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa secara parsial variabel harga, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa semakin tingginya citra merek dan harga makan akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada Pengguna Go-Jek di Sleman.

3. Desi Mustafidah (2018)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif. Kesimpulan dari penelitian ini Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

4. Kandida Indah Sola (2017)

Penelitian berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Sakola Factory Outlet Jogja”. Analisis data menggunakan analisis Regresi Linear Berganda. Dan kesimpulan dari penelitian ini bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan variabel harga menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Sakola Factory Outlet Jogja.

5. Sri Wahyuni (2016)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Citra Swalayan Andalas”. Jenis penelitiannya yaitu Deskriptif dan Asosiatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah ketiga variabel yakni Pengaruh kualitas pelayanan, Harga, dan Kepercayaan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Citra Swalayan Andalas”.

6. Penny Rahmawaty

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti”. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden yang pernah

membeli produk Sari Roti. Analisis penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan regresi berganda. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa ketiga variabel yang diteliti oleh penulis berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Sari Roti.

Perbedaan kelima kajian pustaka yang dijadikan referensi penulis dengan penelitian penulis, yaitu :

1. Secara judul berbeda dengan beberapa kajian pustaka yang diambil, ada beberapa kajian pustaka yang tidak hanya meneliti kualitas produk atau harga, tetapi seperti kualitas pelayanan dan sebagainya.
2. Beberapa metode penelitian juga berbeda dengan metode penelitian yang digunakan oleh penulis.
3. Aplikasi untuk menguji data yang digunakan pada kajian pustaka rata-rata menggunakan aplikasi SPSS sedangkan penulis menggunakan aplikasi *Eviews* versi 9 dalam pengujian data.
4. Kesimpulan yang terdapat pada kajian pustaka juga berbeda dengan penelitian penulis, seperti ada variabel x yang tidak berpengaruh terhadap variabel y, sedangkan kesimpulan dalam penelitian penulis bahwa variabel x mempengaruhi variabel y.

I. Sistematika Penulisan.

Sesuai dengan pedoman penulisan skripsi, maka penulis akan membagi skripsi ini dalam 5 BAB, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN, merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah digambarkan dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah digambarkan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Kegunaan penelitian merupakan kegunaan dari hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum dan luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

BAB II LANDASAN TEORI, pada bab ini merupakan landasan teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh. Berisikan tentang teori Harga, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini peneliti menggunakan metode penelitian untuk menghubungkan antara teoritis dengan penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan, teknik analisis data serta tahapan penelitian.

BAB VI LAPORAN HASIL PENELITIAN, bab ini berisi tentang gambaran umum Raytwo Distro Kotabaru, analisis data serta pembahasan.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan berisikan simpulan jawaban dari rumusan masalah yang di teliti. Sedang saran bersifat masukan untuk pihak-pihak terkait.