

## BAB 1 PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Persaingan bisnis di masa modern sekarang kompetisi bisnis semakin ketat, baik dalam pasar nasional maupun pasar global. Kepuasan konsumen yaitu hal yang paling penting dan harus diutamakan agar dapat memenangkan kompetisi dalam sebuah bisnis. Misalnya dengan menawarkan produk dengan harga yang terjangkau dan mempunyai lokasi yang strategis serta memiliki kualitas produk yang lebih unggul.<sup>1</sup> Dengan adanya pola gaya hidup konsumen yang tidak menentu, membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba memenuhi kebutuhan konsumen sehingga membuat para konsumen harus lebih selektif sebelum membeli suatu produk yang dibutuhkan.<sup>2</sup>

Harga yang di berikan oleh perusahaan juga berpengaruh besar terhadap tingkat penjualan dan memberikan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian atau melakukan pembelian ulang. Jika kualitas yang diberikan sesuai dengan harga yang harus di bayarkan oleh konsumen.<sup>3</sup> Menurut Kotler dan Armstrong, harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen.<sup>4</sup>

Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan. Menurut Bannet yang dikutip oleh Muhammad Adam dalam buku Manajemen Pemasaran Jasa, lokasi pelayanan yang digunakan dalam memasok barang atau jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan kunci dari kegiatan pemasaran, karena hal tersebut keputusan mengenai tempat atau lokasi pelayanan yang akan digunakan tentu membutuhkan kajian yang

---

<sup>1</sup> Supranto, J, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 1.

<sup>2</sup> Bayu Sutrisna Aria Sejati, Yahya, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbuck”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5 No. 3, Maret 2016, 23.

<sup>3</sup> Emik Iryanti, Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* Vol. 2 NO. 1 Juni 2016, 2-3.

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing* Edisi 13, (United States of America: Person, 2010), 76.

mendalam. Agar tempat pelayanan yang ditetapkan tersebut harus memberikan nilai strategis yang baik dalam lingkungan maupun keamanan.

Faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha adalah lokasi atau tempat usaha itu berdiri. Dimana setiap konsumen agar lebih mudah untuk menjangkau jika tempat usaha berada dipusat kota atau di lalui transportasi umum sehingga konsumen lebih mudah untuk menjangkaunya.<sup>5</sup>

Kualitas dapat berpengaruh ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan, dan bisa melebihi harapan konsumen. Perusahaan yang menawarkan kualitas yang bagus akan menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen. Hubungan yang baik yang sudah tercipta salam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan konsumen. Hal seperti ini akan memberikan keuntungan positif untuk perusahaan.<sup>6</sup>

Produk adalah salah satu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasr sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Cannon, dkk mengatakan bahwa sebagaimana dikuti oleh Andre Dwi Trisnawan dan Amron Mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan.

Suatu produk akan diterima oleh konsumen dan bertahan dalam pangsa pasar adalah produk yang memberikan kepuasan. Harga, lokasi dan kualitas produk yang dipasarkan menjadi penentuan konsumen untuk menilai, memutuskan dan memberi kesan terhadap produk tersebut, karena ada anggapan bahwa konsumen yang merasa puas akan cenderung loyal terhadap produk tersebut. Tercapainya kepuasan pelanggan tersebut agar dapat memberikan manfaat, salah satunya hubungan antar perusahaan dengan konsumen atau konsumen untuk melakukan pembelian ulang, selanjutnya akan tercipta loyalitas pelanggan yang menguntungkan untuk perusahaan.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Muhammad Adam, *Manajemn Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, @015), 92.

<sup>6</sup> Dita Putri Angraini, Srikandi Kumadji, dan Sunarti, "Pengaruh Kualiatas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan sakinah Kota Pasuruan), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 37 No. 1, Agustus 2016, 172.

<sup>7</sup> Andre Dwi Trisnawan dan Amron, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung di*

Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh perusahaan tersebut dalam membangun loyalitas pelanggan. Memiliki konsumen yang loyal adalah tujuan akhir dari seluruh perusahaan. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik atau mempertahankan pelanggan. Menurut Oliver, loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.<sup>8</sup>

Kajian yang terkait dengan penelitian ini adalah, *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Emik Iriyanti dkk tentang pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada depot mie pangsit jember, menyatakan bahwa hubungan yang positif dan signifikan antara harga, kualitas produk dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.<sup>9</sup> *Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Bayu Sutrisna Aria Sejati, menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, apabila kualitas yang diberikan perusahaan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, maka hal itu dapat meningkatkan suatu keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk.<sup>10</sup>

Toko Zyan Tenun merupakan salah satu usaha dibidang fashion. Toko ini sudah berdiri sejak awal Tahun 2017, yang beralamat di Jl. Lebuawu RT 004 RW 001, Kec. Pecangaan,

---

*Semarang*, (Jurnal Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Dian Nuswantoro Semarang), 2014, 2.

<sup>8</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 129.

<sup>9</sup> Emik Iriyanti, Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto, “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember*”, Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol. 2 NO. 1 Juni 2016.

<sup>10</sup> Bayu Sutrisna Arya Sejati dan Yahya, “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks*”, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5 No.3, Maret 2016

Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Toko Zyan Tenun ini menyediakan berbagai macam pilihan dari yang masih berbentuk kain maupun sudah jadi baju ataupun tas dan yang lainnya. Di Toko Zyan Tenun ini terdapat perbedaan dari toko-toko yang lainnya dimana biasanya hanya menjual berupa lembaran kain saja tetapi ditoko Zyan sendiri memiliki banyak pilihan asesoris yang lainnya yang terbuat dari kain tenun itu sendiri contohnya tas, baju dan yang lainnya. Selain lokasinya yang strategis toko banyak pilihan model yang tentunya mempunyai kualitas produk yang bagus dan terjangkau harganya. Dengan menjual berbagai macam produk yang bagus dan memiliki harga yang terjangkau mulai Rp. 85.000 sampai Rp. 350.000 per lembar kain, dan memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dengan transportasi umum, hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Toko Zyan Tenun Jepara. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan prespektif islam pada Toko Zyan Tenun Jepara.

Bedasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan di atas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Prespektif Islam Pada Toko Zyan Tenun Jepara”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah pengaruh Harga terhadap loyalitas pelanggan pada toko Zyan Tenun Jepara?
2. Apakah pengaruh Lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Zyan Tenun Jepara?
3. Apakah pengaruh Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada toko Zyan Tenun Jepara?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji seberapa besar pengaruh Harga terhadap loyalitas pelanggan pada toko Zyan Tenun Jepara.
2. Untuk menguji seberapa besar pengaruh Lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada toko Zyan Tenun Jepara.
3. Untuk mengujis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada toko Zyan Tenun Jepara.

## D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi media pembelajaran berasumsi rasional dengan ilmu-ilmu yang di dapatkan dalam masa perkuliahan khususnya dalam cakupan manajemen pemasaran
  - b. Sebagai tambahan wawasan sumbangan pemikiran, pengetahuan dalam pemikiran yang cukup berpengaruh sebagai pustaka acuan yang dapat dijadikan bahan bacaan atau akademik dalam bidang manajemen pemasaran
  - c. Penelitian ini mampu menjadi akar penjelasan yang berangkaian dengan pengetahuan atau sebagai acuan bagi peneliti lain yang mengadakan penelitian selanjutnya
2. Manfaat Praktis
  - a. Diharapkan bagi peneliti  
Hasil penelitian ini bisa mengembangkan pemikiran dalam keahlian manajemen pemasaran dan dapat memahami dengan lebih luas mengenai pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Zyan Tenun.
  - b. Diharapkan bagi perusahaan  
Simpulan dari penelitian ini agar bisa membagikan penilaian, dan saran terhadap atasan atau jurusan ilmu manajemen per tingkat kesuksesan Zyan Tenun.
  - c. Diharapkan bagi masyarakat  
Untuk paguyuban, simpulan penelitian ini memiliki tujuan bisa dijadikan bahan informasi mengenai harga, lokasi dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Zyan Tenun.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan penelitian skripsi untuk memudahkan atau untuk mengetahui secara umum. Adapun sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini sebagai berikut “

### 1. BAGIAN AWAL

Pada bagian awal ini terdiri dari : halaman judul, halaman nota, persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman persyaratan, halaman nota, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, daftar table, daftar gambar dan daftar lampiran.

## 2. BAGIAN ISI

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab I dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu terdiri sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan ini akan dikemukakan hal-hal mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Hal yang dikemukakan dalam tinjauan pustaka adalah pengertian harga, lokasi dan kualitas produk.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, variable penelitian, definisi oprasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument, uji asumsi klasik, analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran profil produk umum zyan tenun, gambaran umum responden, deskripsi data penelitian, hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil uji asumsi klasik, analisis data, pembasahan hasil penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup

Bagian akhir meliputi : daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lempiran.