

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lingkungan globalisasi yang terus mengalami perkembangan dan perubahan yang sangat cepat, maka perusahaan dituntut harus bisa mempertahankan atau memperluas pasar agar suatu usaha dapat terus berkembang dan berkelanjutan. Pemasaran memiliki berbagai aspek dan tidak hanya sekedar menunggu bola untuk mendapatkan konsumen melainkan harus menjemput sasaran target untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak sesuai dengan yang diinginkan. Tantangan bisnis yang dihadapi oleh sebagai besar usaha yaitu mempertahankan loyalitas pelanggan, karena loyalitas pelanggan merupakan aspek menentukan stabilitas penjualan dalam waktu jangka panjang. Terdapat berbagai strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang disesuaikan dengan jenis dan kekuatan produk yang ditawarkan serta kebutuhan konsumen di setiap daerah.

Salah satu contohnya adalah bisnis kuliner. Kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat antara usaha yang sejenis mendorong pebisnis harus mampu mempertahankan pelanggannya supaya tidak beralih ke competitor dengan produk yang sejenis. Persaingan pada bisnis kuliner mendorong suatu bisnis untuk menciptakan inovasi-inovasi produk baru untuk mempertahankan dan mendapatkan pelanggan.

Harapan suatu bisnis dengan mempertahankan konsumen adalah untuk menjaga kestabilan penjualan agar suatu bisnis mengalami peningkatan penjualan. Sehingga suatu bisnis memerlukan loyalitas pelanggan dalam

strategi pemasarannya. Salah satunya pada bisnis kuliner di kota Lamongan. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, bisnis kuliner di Kota Lamongan sedang mengalami perkembangan. Hal ini dapat dilihat dengan merambahnya bisnis kuliner yang dapat ditemui di sepanjang jalan Kota Lamongan. Hal ini juga akan meningkatkan persaingan para pelaku bisnis, mereka saling berlomba-lomba untuk mendapatkan hati konsumen dengan melakukan berbagai cara agar konsumen lebih tertarik sehingga menciptakan konsumen yang loyal.

Beli Bakso Lamongan adalah salah satu dari beberapa usaha kuliner Bakso yang ada di Lamongan. Usaha tersebut merupakan salah satu kuliner yang tidak hanya menawarkan menu andalan Bakso yang siap saji saja seperti usaha bakso pada umumnya, melainkan dalam bentuk Frootzen Food yang bernama Pentol Juara yang berada di JL. Basuki Rahmat No. 9 (Depan Pintu Selatan Masjid Agung Lamongan).

Sedangkan dalam penjualannya yang siap saji, usaha beli Bakso terletak di JL. Komisaris Besar Polisi Moh.Duryat No. 52-4, Jetis, Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62214. yang lokasinya sangat strategis karena hanya berjarak beberapa ratus meter dari Alun-Alun Kota Lamongan. Dalam menjalankan usahanya, pemilik Beli Bakso Lamongan berusaha untuk tetap dapat bersaing dan menarik hati konsumen demi mendapatkan loyalitas pelanggan.

Aspek penting yang perlu diperhatikan dalam usaha terutama bisnis kuliner yaitu Loyalitas Pelanggan. Tingginya loyalitas konsumen dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang, sehingga akan menguntungkan bagi suatu bisnis. Berdasarkan penjelasan

Oliver yang dikutip dari Jeremia dan Djurwati (2019), bahwa loyalitas pelanggan merupakan pelanggan yang memegang komitmen kuat untuk terus membeli produk atau jasa dari suatu merek secara konsisten. Meskipun mungkin ada pengaruh situasional atau upaya pemasaran dari pesaing, pelanggan tetap memilih untuk membeli secara berulang dengan merek yang sama. Secara garis besar suatu bisnis ingin memiliki loyalitas pelanggan yang tinggi untuk keberlangsungan jangka panjang suatu usaha dan meningkatkan sikap positif dalam setiap produk dari suatu bisnis.

Sedangkan menurut Tjipjono yang dikutip dari Robby (2017:351), Loyalitas Pelanggan adalah pembelian secara berulang yang dilakukan oleh konsumen terhadap satu merek yang sama dalam waktu yang lama. Loyalitas pelanggan suatu bisnis memiliki tujuan untuk meningkatkan suatu penjualan. Sehingga dalam suatu bisnis dibutuhkan strategi khusus untuk mencapai tujuannya, dimana sekarang konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menikmati kuliner.

Seorang pebisnis harus selalu memperhatikan permintaan pelanggan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen terhadap suatu produk yang telah dipasarkan. Untuk menciptakan konsumen yang loyal, strategi pebisnis yang perlu diterapkan adalah dengan melakukan diferensiasi produk, menciptakan citra merek yang baik di benak pelanggan, dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Suatu bisnis kuliner yang telah berkembang terutama di kota Lamongan harus memiliki ciri khas tersendiri untuk setiap produk yang dijualnya sehingga berbeda dengan produk yang dijual oleh pesaingnya. Sehingga

konsumen memiliki alasan untuk menentukan pilihan dalam memilih suatu produk yang telah dipasarkan. Suatu produk yang memiliki perbedaan atau ciri khas dari pesaing yang ada sesuai permintaan konsumen, dimana hal itu akan membuat konsumen akan setia pada produk tersebut. Menurut Kotler (2015:2292) Diferensiasi produk adalah proses merancang fitur unik pada produk untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaing, sehingga produk yang ditawarkan memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh produk kompetitor. Begitu juga yang telah diungkapkan oleh Trout J dalam Azizan (2014:41) diferensiasi melibatkan penyajian produk perusahaan dengan nilai yang unggul, kecepatan, dan harga yang lebih kompetitif, sehingga menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pelanggan dibandingkan dengan produk pesaing.

Diferensiasi produk dapat dilakukan dengan berbagai upaya melalui bentuk produk, keistimewaan produk, kualitas produk, dan daya tahan produk, yang dapat memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan dan merasa puas dengan produk yang telah digunakan dan memenuhi harapan pelanggan sehingga berdampak positif pada peningkatan penjualan. Adanya karakteristik yang diciptakan dari produk yang ditawarkan maka produk itu dapat bersaing di pangsa pasar yang semakin tinggi dan pelanggan bisa memakai kembali produk yang ditawarkan dari suatu bisnis tersebut.

Selain diferensiasi produk, aspek lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu citra merek. Menurut Keller dalam Fandy Tjiptono (2015) Citra merek adalah simbol berupa gambar, nama, huruf, angka, susunan warna, atau gabungan elemen-elemen tersebut yang memiliki kemampuan

untuk membedakan, sehingga menciptakan persepsi positif di pikiran konsumen. Terciptanya citra merek yang positif maka konsumen bisa mengenali produk yang hendak dibeli. Tinggi rendahnya loyalitas pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh *brand image*.

Selain diferensiasi produk (*product differentiation*) dan citra merek (*brand image*), salah satu faktor yang menjadi tolak ukur suatu loyalitas pelanggan adalah suatu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi aspek yang sangat penting dipertimbangkan oleh suatu bisnis terutama dalam bisnis kuliner karena sebagai strategi guna memenangkan persaingan pada bidang bisnis kuliner yang semakin ketat saat ini.

Dalam sebuah bisnis terutama dalam bisnis kuliner kualitas pelayanan memiliki peranan penting bagi berlangsungnya usaha, kualitas pelayanan akan memberikan pandangan positif atau negatif pada suatu usaha dimata pelanggan. Pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Arianto (2018:83) menyampaikan kualitas Pelayanan adalah salah satu hal yang perlu diterapkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, serta tepat dalam memenuhi harapan pembeli.

Usaha Beli Bakso merupakan usaha kuliner yang cukup terkenal di Kota Lamongan dan sekitarnya. Usaha kuliner seperti Beli Bakso memiliki persaingan yang sangat ketat sehingga pebisnis diuntut untuk selalu memberikan inovasi produk yang terbaik, merek terbaik, dan juga pelayanan terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Akan tetapi, harapan tersebut belum terpenuhi karena berdasarkan hasil pengamatan awal

menunjukkan adanya fluktuatif tingkat pembelian pelanggan terhadap produk usaha Beli Bakso.

Sementara itu, usaha Beli Bakso dalam menghadapi persaingan usaha bidang kuliner telah mengupayakan diferensiasi produk baik dari segi produk, tatanan outlet Beli Bakso, varian produk dan cita rasa terhadap pesaing untuk menarik perhatian konsumen yang lebih baik untuk terciptanya suatu loyalitas pelanggan. Begitu pula dalam hal citra merek (*brand image*) usaha Beli Bakso telah berupaya menghadirkan citra merek yang baik dimata konsumen agar konsumen dapat mengenali produk yang akan dibeli. Selain dalam hal diferensiasi produk, citra merek, dan kualitas pelayanan pada usaha Beli Bakso memiliki tujuan guna mengoptimalkan kualitas pelayanan terhadap para pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *PRODUCT DIFFERENTIATION*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA USAHA BELI BAKSO LAMONGAN)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka diperoleh rumusan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Variabel *Product Differentiation* berpengaruh Secara Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Beli Bakso Lamongan?
2. Apakah Variabel *Brand Image* berpengaruh Secara Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Beli Bakso Lamongan?

3. Apakah Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh Secara Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Beli Bakso Lamongan?
4. Apakah Variabel *Product Differentiation*, *Brand Image*, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Secara Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Beli Bakso Lamongan?
5. Diantara Variabel *Product Differentiation*, *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Beli Bakso Lamongan?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk Mengetahui Adanya Pengaruh Variabel *Product Differentiation* Secara Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Beli Bakso Lamongan.
2. Untuk Mengetahui adanya Pengaruh Variabel *Brand Image* Secara Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Beli Bakso Lamongan.
3. Untuk Mengetahui Adanya Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Secara Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Beli Bakso Lamongan.
4. Untuk Mengetahui Adanya Pengaruh Variabel *Product Differentiation*, *Brand Image*, dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Beli Bakso Lamongan.

5. Untuk Mengetahui Manakah Antara Variabel *Product Differentiation*, *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan yang Paling Dominan Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Beli Bakso Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Harapannya, penelitian ini dapat memberikan sumbangan penting bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi penelitian masa depan, terutama dalam konteks *Product Differentiation*, *Brand Image*, dan Kualitas Pelayanan yang berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Secara Praktis

Diharapkan bahwa hasil dari kajian ini dapat dijadikan sebagai referensi penting dalam merumuskan kebijakan strategi pemasaran, terutama untuk Usaha Beli Bakso Lamongan. Tujuan utamanya adalah agar pemilik dan karyawan Beli Bakso Lamongan dapat membawa bisnis ini menuju peningkatan yang lebih baik dan sukses di masa depan.