

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan zaman menuntut segala sesuatunya menjadi berubah, hal positif yang dapat dirasakan adalah kemudahan didalam mengakses berbagai informasi, informasi yang dibutuhkan dapat dengan mudah diakses melalui telepon pintar yang disebut smart phone. Perkembangan zaman juga memberikan pengaruh yang besar terhadap kemajuan dunia usaha, baik usaha yang bergerak dibidang jasa atau pun dagang, banyak pelaku usaha yang memanfaatkan kemajuan untuk menciptakan peluang usaha yang belum ada..

Di tengah perekonomian yang semakin sulit menyebabkan banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, salah satunya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba – lomba untuk mendapatkan target pasarnya. Hal ini dapat mengacu perusahaan untuk berusaha memperbaiki bisnisnya menjadi lebih maju dan banyak diminati oleh konsumen. Di samping itu, dengan adanya kemajuan teknologi pada saat ini, perusahaan dituntut pula untuk mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal oleh pesaingnya.

Kemajuan teknologi ini juga banyak dimanfaatkan sebagai peluang bisnis bagi banyak pelaku usaha, dimana era modernisasi handphone menjadi suatu bagian yang erat hubungannya dengan berbagai aktifitas, maka dari itu banyak usaha yang menjual berbagai produk yang berhubungan dengan handphone, mulai dari pulsa, paket internet hingga berbagai jenis aksesoris-aksesoris handphone. Banyaknya pelaku usaha yang menjual produk yang sejenis membuat usaha

tersebut harus memiliki cara khusus didalam menghadapi persaingan yang begitu ketat.

Loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat berpengaruh didalam kemajuan suatu usaha, loyalitas konsumen memberikan gambaran sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu usaha. Loyalitas konsumen akan membuat suatu usaha menjadi lebih maju, konsumen dengan tingkat loyalitas yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi kemajuan suatu usaha, untuk itu peningkatan suatu usaha harus memperhatikan dengan baik bagaimana loyalitas konsumennya.

Alki ponsel merupakan salah satu dari banyaknya usaha ponsel yang terdapat di Aek batu, alki ponsel merupakan ponsel yang paling baru berdiri sehingga didalam menarik pelanggan harus memiliki cara khusus sehingga dapat mengikuti persaingan yang terjadi. Sebagai ponsel yang baru 5 bulan memulai, tentu saja loyalitas konsumen menjadi suatu hal yang menarik untuk diteliti, dikarenakan alki ponsel merupakan ponsel yang baru berjalan, apakah akan mendapatkan konsumen dengan tingkat loyalitas yang baik sehingga mampu bersaing dengan para pesaingnya.

Fenomena yang peneliti lihat mengenai loyalitas konsumen pada alki ponsel ialah belum maksimalnya tingkat loyalitas yang dimiliki oleh konsumen yang datang pada alki ponsel, hal ini terlihat konsumen yang datang merupakan konsumen baru dan belum pelanggan tetap pada alki ponsel. Hal lainnya ialah konsumen yang datang cenderung membandingkan alki ponsel dengan ponsel

yang lainnya, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat loyalitas konsumen belum sepenuhnya baik.

Peneliti menilai bahwa loyalitas konsumen pada alki ponsel dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut mendorong konsumen untuk memiliki loyalitas yang lebih baik, untuk ponsel yang beroperasi belum lama kendala mengenai bagaimana loyalitas konsumen pada alki ponsel harus menjadi suatu permasalahan yang ditanggapi dengan serius. Peningkatan permasalahan loyalitas harus memperhatikan beberapa kekurangan dan kelebihan yang dimiliki oleh alki ponsel bila dibandingkan dengan ponsel lainnya.

Lokasi merupakan hal utama yang menyebabkan kurangnya loyalitas konsumen pada alki ponsel, alki ponsel yang terletak tidak dipinggir jalan utama menyebabkan konsumen yang mengetahui ponsel tersebut lebih sedikit bila dibandingkan dengan ponsel lainnya yang terletak lebih strategis. Peneliti melihat bahwa lokasi menjadi pertimbangan konsumen didalam memilih suatu tempat usaha, pada alki ponsel Aek batu letak ponsel yang kurang strategis menjadi faktor utama didalam meningkatkan loyalitas konsumen yang datang ke alki ponsel.

Kedekatan emosional merupakan kedekatan yang terjadi secara individual antara konsumen dekat penjual, kedekatan emosional dapat memberikan dampak yang positif terhadap loyalitas konsumen, konsumen dengan kedekatan emosional yang baik akan memilih untuk kembali ketempat tersebut dan secara otomatis loyalitas akan meningkat, namun peneliti menilai bahwa pelaku usaha pada alki ponsel aek batu belum membangun kedekatan emosional kepada para konsumen,

hal tersebut dapat dinilai dari keakraban yang terjadi dengan konsumen, tidak semua konsumen memiliki kedekatan emosional yang baik dengan penjual.

Kualitas produk juga merupakan suatu hal yang sangat penting didalam meningkatkan loyalitas seorang konsumen, konsumen yang mendapatkan produk sesuai keinginannya akan memiliki perasaan bahagia dan secara otomatis akan kembali lagi ketempat tersebut untuk mendapatkan produk sesuai keinginannya. Peneliti menilai bahwa pada alki ponsel masih terdapat konsumen yang tidak merasa puas dengan produk yang didupatkannya. Hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang memiliki keluhan bahwa pembelian produk seperti handphone seken pada alki ponsel tidak sesuai dengan kualitas yang disampaikan oleh penjual.

Dari sekian banyaknya masalah yang ada, Penulis mengangkat judul **“ANALISIS PENGARUH LOKASI, KEDEKATAN EMOSIONAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ALKI PONSEL AEK BATU”**.

## **B. Batasan Masalah**

Untuk mempermudah pembahasan pada penelitian ini, maka perlu adanya batasan ruang lingkup masalah yang akan menjadi fokus kajian penelitian dari sekian banyak masalah yang teridentifikasi sehingga tercapainya tujuan penelitian. Adapun beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pembahasan ini akan membahas mengenai bidang manajemen pemasaran.
2. Pembahasan akan mencakup lokasi, kedekatan emosional, kualitas produk dan loyalitas konsumen.
3. Penelitian dilakukan di Alki Ponsel Aek batu.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah Lokasi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada Alki Ponsel Aek Batu?
2. Apakah Kedekatan emosional ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada Alki Ponsel Aek Batu?
3. Apakah Kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada Alki Ponsel Aek Batu?
4. Apakah Lokasi ( $X_1$ ), Kedekatan emosional ( $X_2$ ), Kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada Alki Ponsel Aek Batu?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada Alki Ponsel Aek Batu.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kedekatan emosional ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada Alki Ponsel Aek Batu.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk ( $X_3$ ) terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada Alki Ponsel Aek Batu.

4. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi ( $X_1$ ), Kedekatan emosional ( $X_2$ ), Kualitas produk ( $X_3$ ) terhadap Loyalitas konsumen ( $Y$ ) pada Alki Ponsel Aek Batu.

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
  - a. Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai Analisis Pengaruh lokasi, kedekatan emosional, kualitas produk dan loyalitas konsumen.
  - b. Untuk menerapkan atas teori yang diperoleh dan juga menambah ilmu dalam dunia bisnis
  - c. Memberikan keterampilan dalam melihat faktor yang akan mempengaruhi loyalitas konsumen.

2. Bagi Alki Ponsel Aek Batu

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai kontribusi yang bermanfaat atau menjadi saran yang positif bagi pelaku usaha untuk menemukan faktor – faktor mana yang dapat mendukung dan membangun kuantitas dengan sukses dan efektif untuk memberikan keuntungan bagi usahanya.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber perspektif bagi pembaca dan memberikan data untuk peneliti lain yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran.