

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Setiap pedagang yang ingin memperluas usahanya dalam persaingan haruslah memandang pemasaran sebagai kunci utama dalam mencapai tujuan berwirausaha. Dan jelas bahwa peran loyalitas pelanggan itu sangat penting bagi pedagang, terutama dalam masa globalisasi ekonomi sekarang ini yang juga sangat berpengaruh dalam kegiatan pemasaran. Globalisasi perekonomian seakan-akan tidak mengenal lagi batas-batas baik perdagangan modern maupun tradisional yang menyebabkan semua kegiatan berlaku secara cepat dan tepat.

Melalui pemasaran, kualitas produk dapat diperkenalkan, dan dibeli oleh pelanggan. Apabila hasil produknya baik dan dapat menimbulkan kepuasan dihati konsumen maka mereka akan menjadi pelanggan setia. Seperti kualitas produk di Pasar Gelugur, pedagang yang menyelenggarakan jasa jual-beli yang sampai dengan sekarang masih di dapati kualitas produk yang perlu adanya penertiban agar tetap terkenal dikalangan masyarakat meskipun di sekeliling tumbuh dan berkembang toko maupun supermarket yang lebih modern tentunya harus lebih ke arah peningkatan dalam skema pemasaran. Sering di dapati kualitas produk tiruan, sebab itu juga digemari masyarakat karena berpengaruh terhadap harga. Dengan semakin meningkatnya persaingan pada era modern sekarang ini kualitas di Pasar Gelugur harus memberikan berbagai macam fasilitas pendukung seperti promosi

untuk lebih memperkenalkan produk akan kebutuhan pelanggan dalam bentuk digital.

Hal ini secara tidak langsung menandakan bahwa promosi merupakan langkah yang baik dalam memperluas barang dagangan, baik itu perlengkapan maupun kebutuhan akan sandang dan pangan yang memiliki pengaruh bagi pembeli. Kepuasan pelanggan tentunya sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Jika kualitas suatu produk dapat memenuhi keinginan konsumen maka kepuasan tersebut akan lebih mudah dicapai. Selain faktor kualitas produk, harga juga menjadi salah satu faktor utama yang menentukan loyalitas pelanggan. Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan. Jadi jika harga tersebut dapat mencerminkan nilai kualitas dari suatu produk, dengan kata lain adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk maka dapat mendorong loyalitas akan dicapai oleh pelanggan. Dimana produk yang dimaksud disini ialah produk yang berkualitas.

Tidak bisa di pungkiri di era modern sekarang banyaknya kebutuhan komunikasi mendorong terciptanya persaingan antar pedagang yang semakin tinggi. Banyaknya tujuan yang hendak di cari pelanggan untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara terus menerus dari waktu ke waktu sesuai perkembangan teknologi sekarang ini maka tidak mengherankan jika semuanya berkaitan dengan harga menjadi persaingan strategi pemasaran untuk mengikat pelanggan yang dominan. Harga juga merupakan salah satu isyarat yang digunakan oleh konsumen dalam proses persepsi, dimana harga di lapangan masih menjadi

incaran dan masih ada dengan harga yang tinggi meskipun di sekeliling di dapati harga yang tinggi akan tetapi itu juga dapat mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk. Sebuah kebijakan harga harus dilakukan para pedagang untuk mempengaruhi dan menentukan keputusan harga yang harus diterapkan secara sistematis oleh pedagang yang mana di lapangan masih terjadi timpang-tindih.

Pelanggan yang puas adalah konsumen yang akan nantinya dapat menjadi pelanggan tetap dan akan kembali kepada pedagang. Bahkan, konsumen yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan konsumen lain. Ini akan menjadi referensi bagi pedagang. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun pedagang akan sama-sama diuntungkan apabila loyalitas terjadi. Adapun faktor-faktor yang menyebabkan konsumen merasa puas antara lain barang yang baik, yang mana dalam hal ini harus lebih selektif lagi di pihak pedagang dalam memberikan yang terbaik untuk pelanggan. Kemudian, yang ada di lapangan pedagang harus giat memberikan sesuatu agar tidak kalah saing dengan pemasaran modern saat ini yang serba online. Selanjutnya, tentunya loyalitas dimana hal ini selalu menjadi daya tarik sendiri bagi pedagang. Penetapan tarif yang sesuai dengan produk yang diberikan akan membuat konsumen menjadi percaya terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan *place image* pada diri konsumen hingga menjadi suatu tempat yang di kunjungi.

Dalam konteks berdagang, pedagang kaki lima mencerminkan akan kesan tradisional namun harus menjadi daya tarik terhadap suatu hal tertentu, sedangkan perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian barang tertentu yang sama secara berulang kali bisa dikarenakan memang loyalitas pelanggan yang sesuai

akan keinginan dan semua terkumpul menjadi satu kesatuan. Terdapat variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, diantaranya kualitas produk, harga, dan promosi. Kehidupan pedagang sangat rentan, mereka tidak bisa mengambil resiko untuk tidak berdagang dalam waktu lama karena penghasilan yang diperoleh sangat bergantung pada hasil dagangan harian. Artinya faktor kesehatan mereka dapat mengakibatkan mereka kehilangan penghasilan

Penelitian ini membahas variabel kualitas produk, harga, dan promosi sebagai variabel bebas dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di kota Rantauprapat tepatnya di Pasar Gelugur. Pasar Gelugur merupakan salah pasar yang masih aktif hingga saat ini. Pasar ini diresmikan pada Juni 2009. Pasar gelugur dibangun untuk menggantikan pasar yang sebelumnya yaitu pasar Baru. Memahami bahwa pedagang dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif. Pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun, namun pengarahan sangat diharapkan. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan inovasi yang berbeda dari produk lainnya. Suatu produk dapat dikatakan memiliki kualitas yang baik bila di dalam produk tersebut tercakup dimensi tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang maka dari itu penulis sangat merasa penting bahwa untuk melakukan suatu penelitian mengenai sejauh mana pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Gelugur Rantauprapat”.

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis membatasi masalah penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Gelugur Rantauprapat”.

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di Pasar Gelugur Rantauprapat?

Permasalahan : Kualitas produk di Pasar Gelugur Rantauprapat harus memiliki beragam variasi sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

2. Apakah promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di Pasar Gelugur Rantauprapat?

Permasalahan : Promosi di Pasar Gelugur Rantauprapat harus memiliki berbagai bentuk, baik di media sosial maupun media cetak agar menarik minat pengunjung.

3. Apakah harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di Pasar Gelugur Rantauprapat?

Permasalahan : Harga di Pasar Gelugur Rantauprapat harus menyesuaikan yang ada di pasaran agar pengunjung lebih loyal.

4. Apakah kualitas produk, promosi dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di Pasar Gelugur Rantauprapat?

Permasalahan : Kualitas produk, promosi dan harga di Pasar Gelugur Rantauprapat harus menjadi satu kesatuan yang saling berkaitan agar menarik minat pengunjung.

### **C. Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui secara parsial dan positif serta signifikan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di Pasar Gelugur Rantauprapat.
2. Untuk mengetahui secara parsial dan positif serta signifikan pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di Pasar Gelugur Rantauprapat.
3. Untuk mengetahui secara parsial dan positif serta signifikan pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di Pasar Gelugur Rantauprapat.

4. Untuk mengetahui secara simultan dan positif serta signifikan pengaruh kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di Pasar Gelugur Rantauprapat.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Akan menjadi pengalaman yang berharga dan berkesan dalam proses penyelesaian studi dan menjadi informasi ilmiah bagi suatu penelitian lanjutan.

2. Bagi pedagang

Akan menjadi salah satu informasi bagi suatu pihak untuk menjaga penerapan kualitas produk, promosi dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di Pasar Gelugur Rantauprapat, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, bilamana ingin mengadakan penelitian masalah yang sama.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Akan menjadi informasi kajian-kajian ilmiah dan perkembangan ilmu ekonomi khususnya tentang kualitas produk, promosi dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada pedagang kaki lima di Pasar Gelugur Rantauprapat, sehingga dapat meneliti lebih lanjut lagi.