

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Di era globalisasi dan digitalisasi, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Industri textile merupakan industri yang mempunyai peranan penting Dalam perekonomian nasional dan global. Dalam menghadapi persaingan global yang ketat kemampuan perusahaan textile dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi menjadi faktor penentu utama untuk memenangkan persaingan pasar begitupun dengan harga yang terjangkau menjadi faktor faktor yang mampu membentuk loyalitas pelanggan. Selain itu kesuksesan suatu perusahaan dapat dilihat dari bagaimana perusahaan mampu mempertahankan hubungannya dengan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kinerja industri pengolahan terus menjadi penopang pertumbuhan perekonomian nasional. Kontribusi industri mencapai 19,28% pada triwulan I 2024 dibandingkan periode yang sama tahun 2023 yang hanya mencapai 18,57% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Menurut data Badan Pusat Statistik, kedua subsektor ini memberikan kontribusi pertumbuhan masing-masing sebesar 5,90% dan 2,64% pada periode tersebut. Bersamaan dengan data pertumbuhan PDB dan nilai IKI, Bank Indonesia (BI) juga mencatatkan peningkatan kinerja pada triwulan I tahun 2024. Berdasarkan Indeks Cepat Manufaktur BI (PMI-BI). Pada periode tersebut, industri tekstil dan garmen tumbuh dan berada pada fase ekspansi dengan indeks 57,40%. Di Bandung

sendiri jumlah industri tekstil menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2020 sebanyak 218 industri.

Pertumbuhan berbagai usaha bisnis juga sudah berkembang dimana-mana, salah satunya bisnis kain. Bisnis kain saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Setiap pelanggan memiliki beragam jenis kain yang sesuai dengan kriteria mereka sendiri, dari mulai warna kain, jenis kain, kualitas hingga harga kain. Persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam menarik dan mempertahankan pelanggan yang ada. Dengan begitu perusahaan dituntut untuk merencanakan strategi yang harus dilakukan dalam menarik pelanggan dan mempertahankannya. Karena dengan mempertahankan pelanggan yang ada jauh lebih baik dari pada menarik konsumen baru, sehingga akan terbentuk pelanggan yang setia atau loyal pada merek perusahaan, perusahaan juga akan mengalami peningkatan dalam penjualan dan juga penurunan dalam biaya promosi.

Bisnis perdagangan kain saat ini sudah banyak dilakukan, seperti pada Cv. Dunia Rajut yang menyediakan berbagai jenis kain terutama kain spandex balon, spandex rayon dan High Gauge, kain jenis ini saat ini banyak dicari oleh para pembisnis pakaian ataupun kerudung. Cv. Dunia rajut menerima konsumen antara ataupun konsumen akhir. Adapun factor yang mempengaruhi pelanggan di sini yaitu kualitas produk yang tinggi dan harga yang terjangkau.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dalam proses produksi dan penjualan khususnya pada industri tekstil, dimana konsumen mempunyai ekspektasi yang tinggi terhadap standar kualitas produk seperti kain, pakaian dan produk tekstil lainnya. Kualitas produk mencakup berbagai

aspek seperti daya tahan, keindahan, kenyamanan dan kesesuaian dengan spesifikasi yang diinginkan konsumen. Kualitas produk mengacu pada kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi seringkali memiliki tingkat kesalahan yang rendah sehingga lebih disukai pelanggan dibandingkan produk yang berkualitas rendah dan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Untuk meminimalisir kerusakan pada kualitas kain maka perusahaan harus menerapkan sistem pengendalian kualitas yang baik untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan. Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan dan kebutuhan konsumen. Halim (2021:81) Kualitas produk, Karakteristik produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat Kotler & Armstrong, (2021: 239) (Asep Suhendar Aprilia, 2022). Dengan begitu kualitas produk merupakan alasan utama pelanggan membeli kain.

Selain kualitas produk, harga juga merupakan pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk maka dari itu produsen atau pelaku usaha harus mempertimbangkan secara khusus harga produk, karena harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli selain kualitas produk. Dalam menetapkan harga perusahaan sering kali mengalami dilema antara menetapkan harga yang terjangkau dan tetap menjaga kualitas produk. Harga setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan ataupun penurunan, dan berpengaruh juga terhadap nilai produk yang ditawarkan kepada konsumen yang pastinya akan ikut berubah mengikuti perkembangan. Ketidakseimbangan

antara kualitas produk dan harga akan menurunkan loyalitas pelanggan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena telah membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut Kotler & Armstrong, (2018:151). Harga bisa juga diartikan sebagai nilai produk, yang berdampak pada keuntungan produsen, dan pertimbangan konsumen saat membeli suatu produk, juga dapat didefinisikan sebagai harga.

Loyalitas pelanggan pada industri tekstil merupakan suatu aset yang sangat berharga, terutama dalam konteks permintaan konsumen yang terus meningkat. Pelanggan tekstil, baik di pasar ritel atau bisnis-ke bisnis, mengharapkan produk yang tidak hanya memenuhi standar kualitas minimum namun juga memberikan nilai tambah seperti desain inovatif, kualitas serat yang luar biasa, dan ramah lingkungan. Kualitas produk tekstil yang unggul dapat menghasilkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan mendorong pembelian berulang dan komitmen pelanggan untuk tetap memilih produk dari perusahaan yang sama meskipun dihadapkan pada berbagai alternatif yang ditawarkan pesaing. loyalitas konsumen ialah membangun sebuah kesetiaan terhadap sesuatu yang ditawarkan. (Das, 2021). Namun meskipun kualitas produk yang dihasilkan baik, perusahaan masih menghadapi tantangan dalam membangun loyalitas pelanggan. Salah satunya perubahan preferensi pelanggan yang cepat akibat perkembangan teknologi dan akses informasi yang luas dan mudah sehingga pelanggan lebih selektif dalam menentukan pilihan. Kenaikan harga juga menjadi pertimbangan lain pelanggan dalam membeli kain, Beberapa laporan menunjukkan bahwa pelanggan cenderung

beralih ke perusahaan lain meskipun mereka sudah mengetahui dan menggunakan produk Cv. Dunia Rajut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Cv. Dunia Rajut terdapat permasalahan terkait Loyalitas Pelanggan, yaitu:

1. Melakukan pembelian berulang

Rata-rata pelanggan yang selalu membeli di sana sudah tidak melakukan pembelian kembali dikarenakan adanya kesenjangan atau ketidaksesuaian antara harapan dan ekspektasi para pelanggan, dari kualitas kain yang di produksi berbeda dengan sebelumnya. Sehingga penjualan kain mengalami penurunan yang signifikan dari bulan Januari hingga Juli, seperti pada tabel 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Data Pembelian Berulang pada Cv. Dunia Rajut**  
(Selama Bulan Januari - Juli 2024)

<b>Bulan</b>	<b>Pembelian Awal</b>	<b>Tidak Pembelian Lagi</b>	<b>Presentase (%)</b>
<b>Januari</b>	30	10	66,67%
<b>Februari</b>	28	12	57,14%
<b>Maret</b>	30	9	70%
<b>April</b>	25	13	48%
<b>Mei</b>	29	11	62,07%
<b>Juni</b>	27	14	48,15%
<b>Juli</b>	26	15	42,31%

*Sumber: Cv Dunia Rajut, 2024*

2. Memberikan Referensi Kepada Orang Lain

Pelanggan cenderung tidak puas dengan produk sehingga tidak merekomendasikan Cv. Dunia Rajut ke orang lain yang di sebabkan kinerja kain yang tidak sesuai dengan kegunaannya seperti tidak mudah luntur, dan kualitas serat kain yang bagus. Dan harga yang terlalu tinggi

membuat pelanggan cepat beralih kepada produk pesaing sehingga perusahaan mengalami penurunan seperti pada tabel 1.2, sebagai berikut:

**Tabel 1. 2 Data Penjualan Kain 2024**

<b>Bulan</b>	<b>Spandex Balon</b>	<b>Spandex Rayon</b>	<b>High Gauge</b>
<b>Januari</b>	35.000 ton	22.000 ton	10.000 ton
<b>Februari</b>	27.000 ton	20.000 ton	10.000 ton
<b>Maret</b>	28.500 ton	13.000 ton	12.000 ton
<b>April</b>	20.000 ton	7.000 ton	5.000 ton
<b>Mei</b>	21.000 ton	10.000 ton	6.000 ton
<b>Juni</b>	28.000 ton	22.000 ton	15.000 ton
<b>Juli</b>	25.000 ton	20.000 ton	27.000 ton
<b>Agustus</b>	27.000 ton	25.000 ton	9.000 ton

*Sumber : Data diolah Peneliti, 2024*

Permasalahan- permasalahan tersebut terjadi diduga oleh kualitas produk dan penetapan harga yang terdapat dalam indikator yaitu:

#### 1. Kesesuaian

Perusahaan masih kurang optimal dalam memproduksi kain sehingga kualitas yang dihasilkan menurun dan tidak sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Akibatnya produk menjadi kurang diminati oleh pelanggan sehingga pelanggan tidak royal dalam membeli produk di Cv. Dunia Rajut Kabupaten Bandung.

#### 2. Kinerja

Kinerja perusahaan yang kurang optimal dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan, seperti hasil produksi yang tidak konsisten, pengendalian mutu yang kurang efektif sehingga menghasilkan produk yang tidak memenuhi ekspektasi pelanggan dan

berpotensi menurunkan loyalitas pelanggan dan melemahkan daya saing dipasar.

### 3. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Harga yang ditetapkan oleh perusahaan cukup tinggi, namun kualitas yang diberikan masih belum memenuhi keinginan konsumen. Sehingga pelanggan cenderung tidak merekomendasikan produk kepada yang lainnya.

### 4. Daya Saing Harga

Penetapan harga yang terlalu tinggi yang dilakukan oleh perusahaan dapat berakibat pada keberlangsungan perusahaan. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat pelanggan pergi membeli produk dari pesaing sehingga menurunkan minat pelanggan dalam membeli kembali. Seperti data yang ada pada tabel 1.3 mengenai penetapan harga yang ditetapkan oleh Cv. Dunia Rajut Kabupaten Bandung, sebagai berikut:

**Tabel 1. 3 Data Harga Kain 2024**

<b>Bulan</b>	<b>Spandex Balon</b>	<b>Spandex Rayon</b>	<b>High Gauge</b>
<b>Januari</b>	Rp. 55.000	Rp. 71.000	Rp. 42.000
<b>Februari</b>	Rp. 55.000	Rp. 71.000	Rp. 42.000
<b>Maret</b>	Rp. 55.000	Rp. 71.000	Rp. 42.000
<b>April</b>	Rp. 55.000	Rp. 71.000	Rp. 42.000
<b>Mei</b>	Rp. 52.000	Rp. 68.000	Rp. 39.000
<b>Juni</b>	Rp. 52.000	Rp. 68.000	Rp. 39.000
<b>Juli</b>	Rp. 52.000	Rp. 68.000	Rp.39.000
<b>Agustus</b>	Rp. 57.000	Rp. 73.000	Rp. 44.000

*Sumber: Data diolah Peneliti, 2024*

Dari permasalahan diatas, mendorong adanya penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana kualitas produk dan penetapan harga

mempengaruhi loyalitas pelanggan di Cv Dunia Rajut ini. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai loyalitas pelanggan atas kualitas produk dan penetapan harga yang ditawarkan oleh Cv. Dunia Rajut, dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Gambaran umum Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana Pelaksanaan Kualitas Produk di Cv. Dunia Rajut Kabupaten Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan secara parsial di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung?
4. Bagaimana Pelaksanaan Penetapan Harga Di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh penetapan harga produk terhadap loyalitas pelanggan secara parsial di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung?
6. Bagaimana Kondisi Loyalitas Pelanggan secara parsial di Cv. Dunia Rajut Kabupaten Bandung?
7. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap

loyalitas pelanggan secara simultan di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung?

8. Apa saja hambatan yang dihadapi Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung dalam pelaksanaan kualitas produk dan penetapan harga yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan Upaya apa saja yang dilakukan dalam mengatasi hambatan tersebut?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Secara garis besar kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran umum di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung.
2. Mengetahui bagaimana keadaan kualitas produk di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan secara parsial di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung.
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga produk terhadap loyalitas pelanggan secara parsial di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung.
5. Mengetahui bagaimana keadaan penetapan harga di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung
6. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan secara simultan di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung.

7. Mengetuai bagaimana kondisi Loyalitas Pelanggan di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung.
8. Untuk mengetahui apa saja hambatan yang dihadapi dalam kualitas produk dan penetapan harga di Cv. Dunia Rajut Nanjung Kabupaten Bandung dan mengetahui apa saja upaya yang harus dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut.

#### **1.4 Kegunaan penelitian**

Adapun kegunaan dalam penelitian ini, yaitu:

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengembangan mengenai kualitas produk dan penetapan harga terutama pada loyalitas pelanggan di Cv. Dunia Rajut Kabupaten Bandung serta memperluas wawasan dalam menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama perkuliahan di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

###### **1) Bagi Peneliti**

Dengan adanya penelitian, peneliti berharap dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai ilmu pemasaran, penjualan dan teknologi terutama dalam kualitas dan harga di Cv. Dunia Rajut.

###### **2) Bagi Perusahaan**

Dengan adanya peneliti ini, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat membantu dan dijadikan bahan referensi dalam meningkatkan kualitas

dan harga di Cv. Dunia Rajut sehingga dapat meningkatkan penjualan Kembali.

### 3) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi yang membaca dan sebagai masukan pihak lain yang ingin melakukan penelitian selanjutnya.

## **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah Cv. Dunia Rajut yang beralamatkan di Jl. Nanjung Km. 3,9 No. 43, Margaasih, Kabupaten Bandung.

### **1.5.2 Lamanya Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dalam 6 bulan mulai dari Bulan Oktober 2024 hingga Bulan Maret 2025.

Tabel 1. 4 Lama Penelitian

No	KETERANGAN	Tahun 2024 - 2025																							
		Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<b>Tahap Persiapan</b>																								
	a. Penjajakan		■																						
	b. Perumusan Masalah			■																					
	c. Pengajuan Judul				■																				
	d. Studi Kepustakaan					■																			
	e. Bimbingan						■					■			■			■			■			■	
	f. Penyusunan Usulan Penelitian							■					■			■			■			■			■
	g. Seminar Usulan Penelitian									■															
	h. Perbaikan Hasil Seminar UP										■														
2	<b>Tahap Penelitian</b>																								
	a. Observasi																								
	b. Wawancara																								
	c. Penyebaran Angket																								
	d. Penarikan Angket																								
	e. Pengolahan Data																								
	f. Analisis Data																								
3	<b>Tahap Penyusunan</b>																								
	a. Pembuatan Laporan																								
	b. Sidang Skripsi																								
	c. Revisi Skripsi																								

Sumber: data diolah peneliti, 2024