

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Supaya perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Perusahaan yang dapat bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk yang berkualitas. Pada dasarnya konsumen tidak akan merasa puas dalam pemenuhan kebutuhan maupun keinginannya. Kualitas produk yang baik akan membuat konsumen merasa puas dalam pemakaian suatu barang. Tuntutan konsumen terhadap suatu produk, baik bentuk barang maupun jasa yang ditawarkan perusahaan semakin hari semakin meningkat. Konsumen akan mengharapkan produk yang dibelinya merupakan produk yang mempunyai kualitas yang baik.

Keunggulan suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan sangat bergantung pada kualitas yang mereka berikan kepada konsumen yang membeli produk tersebut. Pada dasarnya kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan suatu produk untuk menampilkan kemampuannya atau melaksanakan fungsi-fungsi yang dimilikinya. Konsumen akan merasa puas jika produk yang dibelinya mampu memberikan kinerja atau dapat melebihi apa yang diharapkannya. Bila konsumen merasa puas terhadap

produk yang dikonsumsinya, maka akan cenderung timbul suatu keinginan untuk membelikan pembelian secara teratur atau terus-menerus. Keinginan untuk melakukan pembelian ulang merupakan sikap yang paling menentukan konsumen agar terciptanya suatu loyalitas terhadap produk tersebut. Tanpa adanya konsumen yang melakukan pembelian ulang, loyalitas itu tidak akan ada. Dari waktu ke waktu, loyalitas konsumen akan mengalami penurunan, misalnya konsumen sudah beranggapan bahwa kualitas produk tersebut sudah menurun dari yang biasanya. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban kepada perusahaan untuk dapat mempertahankan loyalitas pada konsumen dengan memberikan suatu kualitas yang baik kepada konsumennya.

Dalam memilih suatu produk, yang dipertimbangan oleh konsumen selain kualitasnya, yaitu citra merek (*brand image*). Perusahaan harus menciptakan merek yang kuat, agar konsumen dapat membedakan antara produk perusahaan dengan produk perusahaan pesaingnya. Suatu merek harus menjadi suatu simbol yang cocok dan juga unik untuk mempresentasikan produk perusahaan tersebut dimata konsumen. Ini disebabkan karena hal pertama yang dilihat oleh calon konsumen dalam menetapkan pilihan adalah merek dari suatu produk.

Citra merek yang sudah baik dimata konsumen akan mempengaruhi konsumen membeli atau tidak membeli barang dari perusahaan tersebut. Merek (*brand*) bukanlah sekedar nama, istilah (*term*), tanda (*sign*), simbol atau kombinasinya melainkan juga dapat meliputi citra merek suatu produk

terkait erat dengan loyalitas konsumen. Tanpa citra merek yang kuat, perusahaan tidak akan mempunyai tingkat loyalitas konsumen yang tinggi.

Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas juga berlaku pada PT. Federal Karyatama. Perusahaan ini bergerak dalam bidang produksi oli. Salah satu merek andalannya adalah Oli Federal. Merek ini bersaing dengan perusahaan sejenisnya. Pesaing utamanya oli Federal yaitu oli TOP 1. Berikut ini daftar para pesaing oli Federal.

Tabel 1.1
Daftar pesaing oli Federal

No	Merek	Presentase
1	Top 1	36.2%
2.	Castrol	16.1%
3.	Yamaha Lube	10.4%
4.	Mesran Super	9.2%
5.	Federal	8.3%
6.	Evalube	3.5%
7.	Enduro Lub	3.3%
8.	Repsol	2.9%
9.	Shell Helix	2.2%
10.	BM-1	1.1%

Sumber: <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-result-2011/#>

Kekurangan produk oli Federal beragam dari suara mesin yang berisik, untuk mengganti gigi susah dipindahkan, menetralkan juga sulit. Dari berbagai macam masalah kualitas produk Federal ini membuat konsumen menjadi ragu untuk membelinya dan bahkan akan mengurangi loyalitasnya terhadap oli Federal.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*)

Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Oli Federal di Wilayah Jakarta Timur (Studi Kasus Pada Bengkel Resmi AHASS 2657 Dewi Sartika)".

1.2` Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi kualitas produk, citra merek (*brand image*), dan loyalitas konsumen pada oli Federal di wilayah Jakarta Timur ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada oli Federal di wilayah Jakarta Timur ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara variabel citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas konsumen pada oli Federal di wilayah Jakarta Timur ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan citra merek (*brand image*) secara simultan terhadap loyalitas konsumen oli Federal di wilayah Jakarta Timur ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui deskripsi kualitas produk, citra merek (*brand image*), dan loyalitas konsumen pada oli Federal di wilayah Jakarta Timur.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada oli Federal di wilayah Jakarta Timur.

3. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen pada oli Federal di wilayah Jakarta Timur.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek (*brand image*) secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada oli Federal di wilayah Jakarta Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan bagi peningkatan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu memberikan informasi, gambaran dan masukan kepada perusahaan untuk membuat suatu gagasan baru atau ide-ide baru yang dapat menjadikan perusahaan tetap eksis atau hidup (terus berjalan) dan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan kepada masyarakat sebagai bahan pertimbangan dalam memilih produk yang berkualitas.

3. Bagi Peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi yang sangat berharga untuk digabungkan dengan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah.