

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam perkembangan industri fashion, produk lokal seperti kemeja batik semakin menguasai pasar *fashion* baik secara lokal maupun nasional. Dalam beberapa tahun terakhir, popularitas kemeja batik telah meningkat, khususnya pada kota Medan. Akan tetapi untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif, penting bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Meskipun saat ini banyak pelanggan merasa tertarik dengan adanya pilihan yang lebih beragam, kenyataannya terkadang pelanggan justru merasa bingung karena terlalu banyak opsi yang tersedia. Situasi ini terjadi karena perubahan kondisi pasar yang dipengaruhi oleh perkembangan ekonomi dan teknologi yang berlangsung dengan sangat cepat.

Batik adalah salah satu hasil murni karya bangsa Indonesia yang terus berkembang secara turun-menurun. Di dalam negeri, batik menjadi produk utama yang tidak hanya diperdagangkan antar daerah, tetapi juga menjadi salah satu komoditas ekspor

Indonesia. Kemeja batik merupakan salah satu produk fashion yang kaya akan nilai budaya dan seni, mencerminkan identitas Indonesia. Kemeja batik, sebagai salah satu bentuk kebudayaan Indonesia, tidak hanya memiliki nilai estetika tetapi juga nilai historis dan simbolis. *Firenze* merupakan salah satu merek kemeja batik yang beredar di pasaran, salah satu pakaian yang memadukan unsur seni dan tradisi. Kemeja batik bukan hanya sekadar busana, melainkan juga representasi dari warisan budaya yang dilestarikan lintas generasi yang di distribusikan oleh toko Pondok Busana Medan. Beberapa konsumen di toko Pondok Busana Medan telah melakukan pembelian ulang pada produk kemeja batik *Firenze*, ini dapat disebut juga dengan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan timbul ketika pelanggan mulai puas dengan suatu barang atau jasa yang mereka beli serta layanan yang mereka dapatkan, karena hal tersebut memenuhi

harapan mereka (Asna et al., 2023). Memelihara loyalitas pelanggan merupakan strategi yang lebih efektif dan merupakan strategi yang baik dibandingkan mencari pelanggan baru. Loyalitas pelanggan menjadi bagian yang penting bagi toko Pondok Busana Medan untuk dapat bertahan dan berkembang seiring dengan perkembangan pasar yang terjadi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menciptakan beragam produk dan layanan yang dapat memenuhi keinginan maupun kebutuhan dan preferensi pelanggan dari berbagai perspektif (Asna, Fitriani, & Mashudi, 2023). Adapun hasil pra-survei mengenai loyalitas pelanggan dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini.

**Tabel 1.1 Hasil Pernyataan Pra-survei Loyalitas Pelanggan**

| Pernyataan                                                                                                                                                                                 | Persentase 25 responden |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------|
|                                                                                                                                                                                            | Setuju                  | Tidak Setuju |
| Sebagai konsumen yang memiliki tingkat loyalitas tinggi terhadap toko ini yang telah melakukan pembelian ulang sehingga merekomendasikan serta membicarakan hal positif kepada orang lain. | 44%                     | 56%          |

*Sumber: Hasil Pra-survei 2025*

Berdasarkan tabel 1.1 berupa pra-survei yang dilakukan ada sebanyak 25 responden. Terlihat bahwa sebagian besar responden 56% belum melakukan pembelian ulang di toko Pondok Busana dan tidak pernah merekomendasikan atau menyampaikan hal-hal positif mengenai toko Pondok Busana kepada orang lain. Sementara itu, banyak responden yang menyatakan tidak cenderung beralih ke merek atau toko lain untuk produk sejenis ataupun bentuk keterikatan pelanggan secara aktif, seperti perilaku pembelian ulang melalui rekomendasi pribadi, masih relatif rendah di kalangan pelanggan. Kondisi ini menggambarkan bahwa toko menghadapi situasi di mana loyalitas pelanggan belum terwujud secara optimal, sehingga menarik untuk diteliti dan dianalisis lebih lanjut melalui penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.

Kualitas produk merupakan karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas produk merujuk pada totalitas kualitas dan keunggulan produk atau layanan dalam hubungannya dengan harapan pelanggan. Keberadaan kualitas produk memiliki pengaruh penting

terhadap loyalitas pelanggan. Ketika kualitas produk semakin baik, maka semakin besar juga minat seseorang untuk membelinya. Dan jika keberadaan kualitas produk berada di bawah harapan pembeli, maka pembeli tersebut tidak merasa puas terhadap kualitas produk sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kualitas yang didapatkan (Asna et al., 2023). Adapun hasil pra-survei mengenai kualitas produk dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini.

**Tabel 1. 2 Hasil Pernyataan Pra-survey Kualitas Produk**

| Pernyataan                                                                                                                                                                                                   | Persentase 25 Responden |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------|
|                                                                                                                                                                                                              | Setuju                  | Tidak Setuju |
| Sebagai konsumen yang menilai produk ini dengan memiliki kualitas yang baik ditunjukkan melalui ketahanan pada bahan serta kesesuaian desain dalam fungsinya dengan kebutuhan pribadi yang dapat diandalkan. | 44%                     | 56%          |

*Sumber: Hasil Pra-survey 2025*

Berdasarkan tabel 1.2 tersebut ada sekitar 56% dari 25 responden menyatakan bahwa salah satu alasan utama penurunan ini berasal dari kualitas produk yang tidak memenuhi harapan konsumen. Jika kemeja batik yang dijual tidak memiliki standar kualitas yang baik, seperti bahan yang kurang nyaman, desain yang tidak menarik, atau daya tahan yang rendah, konsumen cenderung mencari alternatif lain yang lebih sesuai dengan ekspektasi mereka. Kualitas produk yang menurun dapat menyebabkan konsumen merasa kecewa dan beralih ke toko lain. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu (Asna et al., 2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan pada umumnya seseorang membeli suatu produk bukan hanya sekedar ingin membeli produk tersebut, akan tetapi dapat menggunakan produk tersebut sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya sehingga dapat memberikan manfaat dari kualitas yang diberikan oleh produk tersebut. Namun hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu (Cahyaningrum et al., 2024) yang menunjukkan bahwa kualitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan mayoritas konsumen yang melakukan pembelian secara berulang sehingga tidak menjadikan kualitas sebagai tujuan utama.

Harga merupakan nilai tukar suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga sering kali dijadikan konsumen sebagai indikator nilai antara manfaat yang dirasakan dengan harga suatu barang atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga penting bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan juga untuk memikat pelanggan (Maulana et al., 2023). Jika toko Pondok Busana menetapkan harga yang terlalu mahal dibandingkan dengan produk serupa dari pesaing yang menawarkan kualitas yang sama atau lebih baik, konsumen mungkin akan lebih memilih untuk membeli dari toko lain. Dengan adanya harga pada suatu produk menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki nilai. Adapun hasil pra-survei mengenai harga dapat dilihat pada tabel 1.3 dibawah ini.

**Tabel 1. 3 Hasil Pernyataan Pra-survey Harga**

| Pernyataan                                                                                                                                                                                                | Persentase 25 Responden |              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------|
|                                                                                                                                                                                                           | Setuju                  | Tidak Setuju |
| Sebagai konsumen yang menilai bahwa harga produk sepadan dengan kualitas yang diberikan sehingga memiliki tingkat keterjangkauan yang baik serta kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis di pasaran | 44%                     | 56%          |

**Sumber: Hasil Pra-survey 2025**

Berdasarkan tabel 1.3 diatas ada sekitar 56% dari 25 responden menyatakan bahwa jika harga tidak sesuai dengan persepsi nilai yang diterima konsumen, mereka mungkin merasa bahwa produk tersebut tidak memberikan keuntungan yang cukup, sehingga memutuskan untuk tidak melakukan pembelian secara berulang. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Maulana et al., 2023) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh tinggi dan harga berperan penting dalam loyalitas pelanggan. Namun hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu (Pramesti & Chasanah, 2021) yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Kualitas pelayanan tidak hanya membeli produk, namun menjadi alat ukur minat beli ulang konsumen. Kualitas pelayanan menjadi hal yang paling penting diperhatikan sehingga menjadi faktor yang penting guna menarik dan

mempertahankan loyalitas pelanggan. Adanya kualitas pelayanan diharapkan mampu memberikan rasa puas bagi para konsumennya. Konsumen yang puas akan memiliki kepercayaan yang tinggi pada perusahaan dan tidak akan berpindah, bahkan ikut mempromosikan toko tersebut (Broto, 2024). Adapun hasil pra-survei mengenai kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 1.4 dibawah ini.

**Tabel 1. 4 Hasil Pernyataan Pra-survey Kualitas Pelayanan**

| Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Persentase 25 Responden |              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Ya                      | Tidak Setuju |
| Sebagai konsumen yang menilai bahwa toko ini memiliki kualitas pelayanan yang baik ditunjukkan dengan adanya jaminan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan dengan pelayanan yang responsif menunjukkan kesesuaian layanan dengan harapan pelanggan yang dapat diandalkan serta ketersediaan fasilitas fisik yang mendukung kenyamanan berbelanja. | 48%                     | 52%          |

*Sumber: Hasil Pra-survey 2025*

Berdasarkan tabel 1.4 tersebut ada sekitar 52% dari 25 responden menyatakan bahwa salah satu alasan utama penurunan ini berasal dari kualitas pelayanan yang tidak memenuhi harapan konsumen. Jika penjual kemeja batik pada toko tersebut tidak memiliki standar pelayanan yang berkualitas yang baik, seperti daya tanggap yang responsif, atau memberikan jaminan barang yang dijual, konsumen cenderung mencari alternatif lain yang lebih sesuai dengan ekspektasi mereka. Kualitas pelayanan yang menurun dapat menyebabkan konsumen merasa kecewa dan beralih ke toko lain. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu (Broto, 2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan pada umumnya seseorang membeli suatu produk bukan hanya sekedar ingin membeli produk tersebut, akan tetapi dapat merasakan layanan di toko tersebut sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Namun hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu (Purnama & Hidayah, 2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan beberapa konsumen yang melakukan pembelian secara berulang dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan, sehingga tidak menjadikan kualitas pelayanan sebagai tujuan utama.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Kemeja Batik *Firenze* Pada Toko Pondok Busana Medan”.

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kemeja batik pada toko Pondok Busana Medan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kemeja batik pada toko Pondok Busana Medan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kemeja batik pada toko Pondok Busana Medan?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kemeja batik pada toko Pondok Busana Medan?

### 1.3. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup penulisan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah:
  - a. Kualitas Produk (X1)
  - b. Harga (X2)
  - c. Kualitas Pelayan (X3)
2. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y)
3. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Toko Pondok Busana
4. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Toko Pondok Busana
5. Periode penelitian ini di mulai pada Juli tahun 2025 – Januari 2026

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kemeja batik pada Toko Pondok Busana Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan kemeja batik pada Toko Pondok Busana Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kemeja batik pada Toko Pondok Busana Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kemeja batik pada Toko Pondok Busana Medan.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta memberikan masukan bagi penulis untuk mengembangkan teori yang ada dan memberikan informasi bagi penelitian selanjutnya mengenai manajemen pemasaran, kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.
2. Manfaat Praktis  
Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berupa masukan bagi pelaku usaha dalam mengelola Toko Pondok Busana untuk mengambil keputusan strategis dalam meningkatkan kualitas produk, menyesuaikan harga yang kompetitif, dan memperbaiki kualitas pelayanan guna membangun serta memperkuat loyalitas pelanggan kemeja batik *Firenze*, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan di Kota Medan.

#### 1.6. Originalitas Penelitian (Optional untuk Proyek)

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko Thrifshop SecondBarkley)” (Maulana et al., 2023).

Adapun perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel kualitas produk, harga dan promosi sedangkan penelitian ini menggantikan variabel promosi menjadi variabel kualitas pelayanan. Alasan penambahan variabel kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan merupakan aspek yang lebih langsung berhubungan dengan upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara efektif. Kualitas pelayanan menyesuaikan cara penyampaian layanan agar dapat memenuhi harapan konsumen secara seimbang dan berkelanjutan. Interaksi langsung antara pelanggan dan pelaku usaha sangat penting, karena interaksi tersebut merupakan kunci untuk memberikan pengalaman pelayanan yang memuaskan. Selain itu, sikap dan kompetensi karyawan dalam menyampaikan informasi juga menjadi faktor krusial yang membedakan kualitas pelayanan yang unggul, sehingga memungkinkan perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif melalui pelayanan kepada konsumen.
2. Periode penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2023 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2025.

Penelitian terdahulu dilakukan pada toko Industri Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko Thrifshop SecondBarkley) sedangkan penelitian ini dilakukan pada toko kemeja batik Pondok Busana Medan.