

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang mempunyai jumlah penduduk yang besar, dengan jumlah penduduk yang besar tersebut Indonesia menjadi daerah pemasaran produk barang dan jasa yang cukup potensial bagi perusahaan-perusahaan. Berbagai perusahaan mencoba memasarkan berbagai jenis produk barang dan jasa yang diciptakannya. Hal ini menyebabkan kondisi persaingan dunia bisnis dewasa ini semakin hari bertambah padat. Setiap perusahaan dituntut berupaya menciptakan keunggulan yang kompetitif untuk menghadapi semakin banyak munculnya pesaing baru yang bergerak dalam industri yang sama.

Semakin banyaknya industri yang bermunculan sebagai akibat dari adanya tingkat kebutuhan manusia yang semakin meningkat dan bervariasi, sebagai dampak dari banyak bermunculannya industri yang ada maka bidang pemasaran/marketing sangat berpengaruh dan merupakan satu elemen penting untuk menghadapi persaingan.

Salah satu yang banyak bermunculan dari industri seperti yang telah diuraikan sebelumnya adalah industri musik digital. Industri musik digital saat ini sedang banyak dicari tau oleh orang banyak sebagai ladang mata pencaharian, bakat-bakat dan keinginan terpendam untuk menjadi musisi mulai bermunculan di di industri musik digital. Berbagai label musik rekaman yang telah dikenal oleh masyarakat seperti Nagaswara Music, Sony Music, Trinity, Musica, Hits Records, Pelangi Records, GP Records dan sebagainya. Mereka juga memulai bisnis music digital. Persaingan yang cukup ketat, membuat masing-masing label musik mencari bagaimana cara untuk meningkatkan kualitas agar menjadi unggul.

Tugas seorang pemasar tidak berhenti hanya ketika produknya dibeli oleh konsumen, karena konsumen akan meng-evaluasi pasca pembelian sama halnya sebelum pembelian dilakukan. Hal yang paling menentukan pembeli merasa puas atau tidak puas adalah apakah produk/jasa yang dibeli konsumen tersebut sesuai dengan harapan konsumen. Jika produk/jasa yang dibeli sesuai dengan harapan konsumen, maka kemungkinan besar konsumen akan loyal dengan membeli ulang

produk/jasa tersebut. Hal inilah yang menjadi tujuan dan harapan semua perusahaan yang ingin bertahan lama.

Semakin ketatnya persaingan di industri musik, khususnya di musik digital Indonesia. Hal tersebut memacu para pengusaha label musik memaksimalkan dalam mempertahankan atau meningkatkan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Dengan bertambahnya penyanyi-penyanyi pendatang baru yang bermunculan, serta semakin berkurangnya jumlah permintaan jasa penyanyi di dunia hiburan tanah air membuat para pengusaha industri musik berlomba-lomba meningkatkan produk/jasa dan berinovasi guna bertahan hidup. Salah satu inovasi yang dibuat oleh perusahaan musik yaitu inovasi musik digital.

Di tengah krisisnya industri musik Indonesia yang salah satunya di akibatkan oleh perbuatan orang-orang yang tidak bertanggung jawab, membajak karya musik anak bangsa untuk dijual bebaskan tanpa ijin-ijin yang berlaku. Sejak merosotnya RBT (Ring Back Tone) / nada dering pribadi menyebabkan label-label musik di Indonesia kehilangan arah dan tujuan untuk bertahan. RBT / nada dering pribadi pada beberapa tahun silam adalah sebagai penghasilan terbesar dari label musik.

Akibat dari banyaknya pemain dalam bisnis ini, terjadinya persaingan yang tinggi. Untuk dapat menjaga posisinya dan bertahan, perusahaan harus memahami bagaimana caranya agar konsumen dapat loyal dan merasa puas ketika membeli produk/jasa.

Hari-hari ini hampir seluruh industri goyah dan hampir tumbang tidak lagi hanya karena sekedar persaingan yang ketat antar bidang industri, namun ditambah karena ada guncangan ekonomi yang di akibatkan adanya covid-19. Oleh karena itu masing-masing industri mencari bagaimana cara untuk tetap bertahan hidup, salah satunya dengan mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas layanan dan citra merek dari masing-masing perusahaan, agar terciptanya loyalitas pelanggan. Inilah yang dilakukan oleh Nagaswara Musik, khususnya dalam bisnis musik digital.

Kualitas Layanan dari Nagaswara sendiri cukup baik jika dilihat dari jumlah artis yang sangat banyak dibandingkan label musik lainnya, Nagaswara dengan SDM yang terbatas tapi mampu *handle* permintaan pelanggan. Bahkan

Nagaswara dalam bisnis musik digital memberikan layanan *hotline* sebagai *customer service* dan layanan sosial media sebagai fasilitas untuk membantu mempromosikan konten para konten kreator .

Citra Merek dari Nagaswara sendiri pun sudah tidak diragukan lagi, disamping karena Nagaswara yang sudah berdiri sejak tahun 1999, Nagaswara juga sudah memiliki citra yang besar di kalangan penikmat musik. Sekarang ini Nagaswara lebih dikenal sebagai label musik Dangdut terbesar di Indonesia, citra ini tidak hanya diakui oleh masyarakat Indonesia saja, namun juga sudah tersebar di beberapa negara lain. Bahkan tidak sedikit peminat dan pelanggan Nagaswara dari negara-negara lain, sehingga tidak sedikit artis Nagaswara yang mendapatkan job di negara lain. Oleh karena itu sangat mempengaruhi bisnis musik digital yang Nagaswara bentuk, menyebabkan banyak *content creator* berlomba-lomba untuk bergabung di bisnis musik digital Nagaswara, yaitu Nagadigit (Nagaswara Digital).

Dalam penelitian ini membahas dalam empat kajian kualitas layanan, citra merek, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan. Terdapat dua variabel kualitas layanan & citra merek yang akan dikaji secara independen terhadap loyalitas pelanggan. Dengan memiliki satu variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Alasan saya memilih kualitas layanan & citra merek dalam penelitian ini adalah dikarenakan Nagaswara sendiri merupakan perusahaan jasa, dimana service quality dan brand image adalah menjadi sangat penting bagi peningkatan perusahaan jasa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini dapat dianalisis untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Layanan & Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Nagadigit.”

1.2. Batasan Masalah

Terkait dengan masalah yang telah diuraikan diatas dan juga adanya keterbatasan waktu, maka peneliti membatasi penelitian ini agar pembahasan yang dilakukan dapat lebih fokus dan terarah. Batasan yang ada di dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Nagadigit. Responden yang diambil adalah *content creator*

yang sudah join di Nagadigit. Penelitian dilaksanakan pada bulan April 2023 – Juni 2023.

1.3. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat dirumuskan masalah, sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Nagadigit ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Nagadigit?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Nagadigit?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Nagadigit ?
5. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Nagadigit ?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Nagadigit ?
7. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Nagadigit ?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari rumusan masalah Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis lebih dalam tentang pengaruh Kualitas Layanan & Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan dimediasi Kepuasan Pelanggan, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Nagadigit sebagai variabel intervening.
2. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan di Nagadigit sebagai variabel intervening.
3. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening terhadap loyalitas pelanggan di Nagadigit.

4. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Nagadigit.
5. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan di Nagadigit.
6. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Nagadigit.
7. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Nagadigit.

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam Penelitian ini memiliki manfaat bagi pengembang teori, manfaat praktik bagi industri Entertainment & Music & manfaat kebijakan Regulator.

1.5.1. Manfaat Bagi Pengembangan Teori

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya, dimana dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan & Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Nagadigit” dapat memberikan hal yang positif untuk di bagikan. Dan juga dapat memperdalam wawasan teori dengan baik saat melakukan aktivitas perkuliahan atau pun di luar aktivitas perkuliahan seperti dalam bekerja atau melakukan bisnis.

1.5.2. Manfaat Praktik Bagi Industri Musik Digital

Dalam penelitian ini akan membahas terkait dunia bisnis musik digital, yang memberikan referensi berupa informasi-informasi untuk mengembangkan dunia bisnis musik digital kedepannya. Penelitian ini dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan yaitu seperti mengetahui kelebihan dan kekurangan kualitas layanan dan citra merek pada Nagadigit. Diharapkan dengan melakukan penelitian ini, perusahaan mampu mengetahui lebih dalam lagi mengenai hal-hal apa saja yang dapat membantu meningkatkan penjualan di Nagadigit.

Selain itu perusahaan juga akan mendapatkan pendalaman hal mengenai kualitas layanan & citra merek apakah sudah dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan sehingga memberikan dampak yang baik terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu

tolak ukur untuk para pelaku bisnis musik digital yang berada di Indonesia. Ketika ingin melakukan kegiatan dalam pengembangan bisnis musik digital.

1.5.3. Manfaat Bagi Kebijakan Regulator

Diharapkan dari penelitian ini dapat membantu mengembangkan industri bisnis musik digital dan memudahkan untuk para pembuat kebijakan khususnya kementerian Industri Musik Kreatif agar dapat membuat keputusan ataupun kebijakan yang akan di lakukan demi berkembangnya industri bisnis musik digital di Indonesia.

1.6. Sistematika Penulisan

Penulisan tesis disusun berdasarkan sistematika penulisan tesis yang ditetapkan oleh Kalbis Institute, yang dijelaskan pada materi kuliah Penelitian bisnis, arahan bimbingan dalam kelas percepatan serta arahan dosen, sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tinjauan pustaka yang berkaitan dengan tema penelitian, teori, paradigma, cara pandang, tinjauan literatur dari penelitian terdahulu yang ada kaitan dengan tema penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang populasi dan sampel yang diambil, tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan dan metode pengolahannya.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini menjelaskan hasil pengujian dari data berdasarkan metode penelitian yang digunakan, gambaran dan identitas perusahaan serta pembahasan yang menciptakan informasi baru agar dapat digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai simpulan berisikan simpulan dari hasil penelitian yang disesuaikan dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Saran berisikan rekomendasi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan penelitian.

