

BAB 1 PENDAHULUAN

Penelitian dalam bab satu ini akan membahas mengenai latar belakang yang mendasari penelitian ini dilakukan. Penjelasan ini akan membantu peneliti untuk mengetahui apa yang menjadi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat dan sistematika penulisan. Tujuannya adalah untuk memperkuat dasar teori yang dilakukan oleh peneliti.

1.1 Pendahuluan

Menghadapi era globalisasi yang terus berkembang dengan pesat kebutuhan manusia semakin terus meningkat dan mengalami perbedaan jika dapat kita bandingkan dengan dahulu. dari mulai anak-anak hingga orang dewasa memiliki kebutuhan yang berbeda – beda. untuk itu pada masa kini banyak produk yang diciptakan oleh setiap perusahaan guna menyesuaikan dan memenuhi kebutuhan konsumen untuk dapat digunakan sebagai alat penghibur di kala menghadapi kejenuhan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Seperti yang kita dapat ketahui bahwa rokok konvensional merupakan suatu produk yang sudah sangat akrab digunakan oleh banyak orang di dunia terutama di negara Indonesia.

Dengan terus berkembangnya teknologi dari masa ke masa, muncul lah suatu produk yang dapat dijadikan produk alternatif dari rokok konvensional yaitu rokok elektrik atau *vape*. Memiliki karakter *lifestyle* yang lebih baik banyak orang yang menggunakan rokok beralih fungsi ke rokok elektrik. Di Indonesia Bisnis *Vape* merupakan salah satu bisnis yang memiliki potensi sangat baik untuk dapat di kembangkan secara massive. Industri *vape* di Indonesia berada di posisi *Growth* bila kita kaitkan dengan *Product Life Cycle (PLC)* sehingga banyak perusahaan yang bergerak di dalam bidang ini sangat fokus dalam mengembangkan produk-produk yang ada. Di negara Indonesia industri *vape* terbagi menjadi dua sektor dalam klasifikasi proses bisnis yaitu yang bergerak di dalam bidang toko ritel dengan penjualan langsung terhadap *end user* dan juga sistem distribusi atau yang biasa kita sebut adalah b2b (*business to business*).

Didalam hal ini, terdapat dua hal yang membuat suatu perusahaan memiliki perbedaan yaitu perusahaan yang hanya fokus dalam melakukan penjualan di bidang ritel dan perusahaan yang melakukan pengembangan produk untuk dapat di jual dan didistribusikan ke perusahaan lain yang ada di Indonesia.



Gambar 1.1. Jumlah Peningkatan Pita Cukai Industri Vape.

Di tahun 2020 industri *vape* mengalami peningkatan yang sangat signifikan yaitu terpacu di gambar di atas bahwa kita ketahui industri *vape* dalam

memberikan sumbangsih terhadap negara melalui pita cukai adalah mengalami peningkatan hingga 50% lebih jika di bandingkan dengan tahun sebelumnya. terutama di dalam toko ritel Mulai dari bisnis rumahan hingga berbentuk *café and lounge* hal ini menunjukkan bahwa *vape* bukanlah bisnis berbasis ritel kecil melainkan suatu industri yang akan terus berumbuh dan terus berkembang. Dengan terus bertambah nya jumlah toko ritel di dalam bisnis *vape* banyak perusahaan yang menyiapkan banyak hal yang harus di hadapi untuk jangka panjang perkembangan bisnis ini sendiri. Angka ini, berdasarkan data APVI, belum termasuk tenaga kerja yang bekerja di berbagai toko retail rokok elektronik di seluruh Indonesia. APVI memperkirakan, bahwa setidaknya ada 3.500 toko retail rokok elektronik yang tersebar di seluruh nusantara. 2.300 diantara toko tersebut setidaknya tersebar di pulau Jawa, semntara sisanya tersebar di berbagai pulau lainnya, seperti Kalimantan, Sumatera, Bali, dan Sulawesi (vapemagz.co.id, 6/6/2020). Hal baik terusnya berkembang dan meningkatnya toko ritel adalah menjadi wujud atau simbol bahwa industri *vape* terus mengalami pertumbuhan. Akan tetapi, di dalam hal ini juga menunjukkan bahwa tingkat *urgency* persaingan di industri vae terus mengalami peningkatan yang luar biasa maka dari itu perusahaan harus menciptakan keunggulan kompetitif secara konsisten untuk terus dapat bersaing salah satu cara utama adalah melalui produk yang dijual. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhannya dengan harapan menimbulkan rasa loyal terhadap produk yang dijual. Dengan adanya *vape*, maka timbul lah rasa dan segment baru di masyarakat untuk dapat menggunakan *vape* atau roko elektrik secara luas. Dengan memiliki keuntungan seperti aroma yang wangi, variant rasa yang beraneka ragam, dan tentunya unsur Kesehatan yang lebih aman. Maka dari itu CMW *Distribution* menciptakan produk *liquid Kaze Freebase* (cairan *vape*) dengan dua varian rasa dengan nama Kaze Autumn Aki dan Kaze Winter Fuyu untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan juga sebagai alat penghibur konsumen dalam menghadapi kejenuhan di dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

1	FRUITY LICIOUS	JUICENATION BREWER
2	MANGGO KHALIFA	CV. KHALIFA BROTHERS
3	DUA BLUEBERRY	INDONESIAN JUICE

Tabel 1.1 Daftar Kompetitor Liquid CMW Kaze



Gambar 1.2. Contoh Produk Kompetitor.

Dapat di lihat bahwa *Liquid* CMW Kaze memiliki beberapa Kompetitor di segmen *liquid* dengan varian buah tersendiri. Dengan ada nya pesaing yang memiliki ciri khas yang cukup sama maka Perusahaan harus menyadari bahwa hal ini lah yang akan mempengaruhi terjadinya pengaruh penjualan dari *Liquid* Kaze. Dari sini kita dapat mengetahui bahwa Kaze *Liquid* harus memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan kompetitornya. Keunggulan yang harus dimiliki oleh *Liquid* Kaze adalah dari sisi Kualitas Produk, Harga, dan juga Design Produk sehingga hal-hal ini akan sangat mempengaruhi kepuasan

konsumen dan berdampak terhadap loyalitas konsumen terhadap *brand* Kaze *Liquid*. Salah satu faktor yang memiliki elemen penting dalam membuat konsumen puas dalam mengkonsumsi suatu produk adalah tentunya kualitas produk itu sendiri. Peran kualitas produk terhadap pengaruh kepuasan konsumen sangat signifikan setiap konsumen yang mengkonsumsi kaze *Liquid* pasti sangat mengharapkan rasa dan kualitas terbaik yang dimiliki oleh *liquid* tersebut. Untuk menciptakan kualitas produk yang baik untuk konsumen merupakan tantangan yang sangat sulit dan harus dilalui oleh CMW Distribusi karena menciptakan *liquid* harus melalui Langkah – langkah yang cukup rumit mulai dari menentukan rasa, kualitas rasa, dan proses fermentasi yang cukup lama.



Gambar 1.3. Templet Harga Liquid Kaze

Oleh sebab itu, apabila perusahaan mampu memiliki hal ini dengan baik maka konsumen akan merasa sangat puas setelah mengkonsumsi *liquid* tersebut. Selanjutnya, faktor lain yang sangat penting untuk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor harga yang diberikan oleh *liquid* kaze tersebut. Oleh karena itu, untuk menentukan harga yang akan di bandrol pada suatu produk harus memiliki dasar yang kuat dan perhitungan yang tepat agar konsumen merasa puas dengan harga yang telah diberikan oleh perusahaan dan dari sisi lain

perusahaan juga mendapatkan profit yang diharapkan.

Harga bisa menjadi penentu utama dalam sistem jual beli seorang konsumen akan menilai harga setelah kualitas yang dapat diberikan oleh suatu produk. Maka dari itu, *liquid kaze* harus sangat memperhatikan apakah harga yang di distribusikan di pasaran dapat membuat konsumen merasa puas atau harga yang di distribusikan juga merupakan perhitungan yang tepat agar meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Faktor penting selanjutnya yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen adalah melalui sisi desain dari sebuah produk. Di dalam dunia atau industri *vape* desain memiliki peran yang cukup penting selain untuk dapat memukau konsumen agar dapat menimbulkan rasa ketertarikan untuk membeli.

Desain dari *liquid vape* juga akan mencerminkan rasa *lifestyle* seorang konsumen Ketika menggunakannya karna konsep dari desain suatu *liquid* memiliki makna dan arti tersendiri yang dibungkus dengan gimik yang baik. Sehingga, apabila *liquid kaze* mampu menciptakan konsep *liquid*-nya dengan baik dan sesuai dengan harapan konsumen makan hal ini akan sangat memiliki manfaat yang baik untuk perusahaan.



Tabel 1.2. Penjualan Liquid Kaze CMW Bulan Januari 2020

Kita dapat melihat penjualan *liquid kaze cmw* di bulan januari tepat pada *launching liquid* tersebut. Di cabang cinere *liquid kaze* hanya terjual sebanyak 13 unit, di susul dengan cabang Bintaro yang berhasil menjual *liquid kaze* sebanyak 59 unit dan yang terakhir adalah cabang kelapa gading yang berhasil menjual sebanyak 86 unit. Dengan semua paparan ini kita dapat mengetahui bahwa target penjualan *liquid kaze cmw* tidak mencapai target yang diharapkan yaitu 100 unit di awal bulan meakukan *launching*. Hal ini tentu menjadi pertanyaan apakah konsumen dari *liquid kaze* merasa puas dengan produk tersebut. Berdasarkan data penjualan di atas kita dapat ketahui bahwa cinere memiliki penjualan paling rendah jika di bandingkan dengan cabang lain nya. Hal ini disebabkan karena sistem persaingan di wilayah cinere sama seperti persaingan natara alfamart dan indomart oleh karena itu cabang cinere harus dapat melakukan banyak strategi yang baik untuk dapat meningkatkan penjualan.



Gambar 1.4 Logo Pesaing Toko

Terdapat lima toko yang berderkatan dengan Indovaping cinere dengan produk andalannya masing-masing seperti *Rayvapor*, *Baba Vape Store*, *Prodigy Vape Store*, *One Mile Vape*, dan *Cloud Madness*. Maka dari itu Indovaping cinere harus dapat membuat konsumen merasa puas dengan pelayanan dan produk yang di tawarkan terhadap konsumen. Selain itu untuk cabang kelapa gading hal utama

utama yang harus dilakukan untuk menghadapi pesaing adalah dengan menyiapkan strategi sebanyak – banyaknya karena tidak akan luput di kemudian hari akan banyak toko pesaing yang akan bermunculan. Untuk toko pesaing di wilayah kelapa gading kita dapat ketahui tidak sebanyak pesaing di wilayah ciner enamun sesuai dengan pemaparan hal di atas kita harus siap dengan hal – hal yang akan datang di tahun ini. Mempertahankan kepuasan konsumen akan menjadi hal yang sangat krusial untuk dapat dilakukan untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap toko dan produk kita tawarkan. Sehingga, secara garis besar kepuasan konsumen merupakan titik atau faktor penentu dari keberhasilan dari terciptanya suatu produk agar dapat memberikan profit yang baik bagi perusahaan. Dengan timbulnya rasa kepuasan terhadap suatu produk maka akan memberikan dampak yang baik terhadap suatu produk atau merek yang dimiliki oleh suatu perusahaan yaitu adalah loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen Tentu setiap perusahaan sangat menginginkan memiliki konsumen yang loyal terhadap merek produk atau jasa yang mereka jual sehingga secara tidak langsung hal ini akan menjadi *support system* perusahaan yang berdampak terhadap profitabilitas dan keunggulan kompetitif secara berjangka panjang.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk menggali lebih dalam lagi mengenai dampak dari kualitas produk, harga produk, dan desain produk terhadap kepuasan konsumen yang akan berdampak terhadap loyalitas konsumen sehingga tesis ini dapat diberikan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN HARGA PRODUK LIQUID KAZE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**.

1.2 Rumusan Masalah

Loyalitas konsumen merupakan suatu hal yang sangat diinginkan oleh suatu perusahaan untuk dapat dimiliki. Hal ini dikarenakan Ketika suatu perusahaan sudah memiliki banyak konsumen yang loyal terhadap produk atau jasa yang mereka tawarkan maka akan banyak dampak positif yang akan dimiliki oleh perusahaan. Untuk dapat meraih loyalitas konsumen suatu perusahaan harus

dapat mencapai titik kepuasan konsumen terlebih dahulu. Faktor – faktor seperti kualitas produk, harga produk, dan desain produk merupakan faktor penentu atau kunci utama untuk mendapatkan semua hal di atas. Oleh karena itu, Berdasarkan masalah yang ada di lembaga tersebut dan melihat latar belakang masalah maka peneliti menuliskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kaze *Liquid* CMW distribusi?
2. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen Kaze *Liquid* CMW distribusi?
3. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen Kaze *Liquid* CMW distribusi?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Kaze *Liquid* CMW Distribusi?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Kaze *Liquid* CMW distribusi?
6. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap loyalitas konsumen Kaze *Liquid* CMW distribusi?
7. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap loyalitas konsumen Kaze *Liquid* CMW distribusi?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan beberapa hal yang telah di uraikan di latar belakang peneliti perlu membatasi masalah – masalah yang harus di teliti. Hal ini dikarenakan agar penelitian lebih fokus dan tidak menyimpang dari topik pembahasan, batasan masalah adalah sebagai berikut.

Peneliti hanya meneliti pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Liquid* Kaze CMW Distribusi sebagai variabel intervening. Peneliti hanya meneliti pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen *Liquid* Kaze CMW Distribusi sebagai variabel intervening. Peneliti hanya meneliti pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen *Liquid* Kaze CMW distribusi sebagai variabel intervening. Peneliti hanya meneliti pengaruh kepuasan konsumen

sebagai variabel intervening terhadap loyalitas konsumen *Liquid Kaze* CMW distribusi. Peneliti hanya meneliti pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen *Liquid Kaze*. Peneliti hanya meneliti pengaruh langsung harga produk terhadap loyalitas konsumen *Liquid Kaze* CMW distribusi. Peneliti hanya meneliti pengaruh langsung desain produk terhadap loyalitas konsumen *Liquid Kaze* CMW distribusi.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Liquid Kaze* CMW distribusi sebagai variabel intervening.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen *Liquid Kaze* CMW distribusi sebagai variabel intervening.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen *Liquid Kaze* CMW distribusi sebagai variabel intervening.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel intervening terhadap loyalitas konsumen *Liquid Kaze* CMW distribusi.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen *Liquid Kaze* CMW distribusi.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung harga produk terhadap loyalitas konsumen *Liquid Kaze* CMW distribusi.
7. Untuk dapat mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung desain produk terhadap loyalitas konsumen *Liquid Kaze* CMW distribusi.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini memiliki manfaat agar dapat memperdalam wawasan teori dengan baik yang dapat saat melakukan aktivitas perkuliahan Magister Manajemen atau pun di luar perkuliahan seperti dalam bekerja atau melakukan bisnis. Serta, agar dapat mengembangkan hal-hal yang telah dipelajari di

perkuliahan sehingga penelitian ini mampu memberikan manfaat secara luas bagi seluruh rakyat Indonesia yang membutuhkan informasi mengenai topik penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan yaitu seperti mengetahui kelebihan dan kekurangan di dalam produk yang dimiliki oleh CMW distribusi yaitu adalah *Kaze Liquid*. Di harapkan dengan dilakukannya penelitian tesis ini perusahaan mampu mengetahui lebih dalam lagi mengenai hal-hal apa sajah yang dapat membantu meningkatnya penjualan *Liquid Kaze*. Selain itu, perusahaan juga akan mendapatkan pendalaman hal mengenai kualitas produk, harga produk, dan desain produk apakah sudah dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan sehingga memberikan dampak yang baik terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu alat tolak ukur untuk para pelaku bisnis *vape* yang berada di Indonesia Ketika ingin melakukan keiatan dalam melakukan pengembangan bisnis dalam memproduksi *liquid*. Di dalam penelitian ini paparan teori dan juga data data yang tersedia diharapkan akan dapat memberikan acuan agar dapat menciptakan suatu produk yang sesuai dengan harapan konsumen yang ada di Indonesia. Selain itu, hal terakhir yang dapat disimpulkan dari penelitian untukpelaku bisnis *vape* di Indonesia adalah untuk menghindari kekurangan yang mungkin akan terjadi di dalam bisnis *vape* Ketika menciptakan suatu produk dan menjual suatu produk.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memperjelas gambaran tentang penelitian ini, maka sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berkaitan dengan teori, cara pandang, paradigma, tema penelitian dan 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 ANALISIS 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 digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menyimpulkan atas analisis yang dilakukan pada penelitian ini berdasarkan data perusahaan yang di analisis.



KALBIS

Institute
Transforming Hearts and Minds