

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG PENELITIAN**

Salah satu pangan hewani yang banyak digemari oleh masyarakat adalah daging ayam. Selama ini, daging ayam yang dikonsumsi berasal dari daging broiler atau daging ayam kampung. Selain kedua sumber tersebut, alternatif daging ayam sebenarnya dapat pula diperoleh dari ayam jantan tipe medium. Ayam jantan tipe medium berasal dari hasil sampingan usaha penetasan ayam petelur. Ayam jantan di perusahaan penetasan ayam petelur merupakan hasil yang tidak diharapkan karena hanya ayam betina yang dipasarkan untuk dapat diambil produksi telurnya. Ayam jantan tipe medium mempunyai bentuk badan dan kadar lemak yang rendah menyerupai ayam kampung, sehingga dapat digunakan memenuhi kebutuhan konsumen yang mempunyai kebiasaan lebih menyukai ayam yang kadar lemaknya seperti ayam kampung. Ayam jantan tipe medium mempunyai potensi untuk digunakan sebagai penghasil daging. Keuntungan dari pemeliharaan ayam jantan tipe medium dibandingkan dengan broiler antara lain harga dagingnya jauh lebih murah, kadar lemaknya lebih rendah, serta dapat dijadikan pengganti broiler bila suatu saat bibit broiler sulit didapat. Disamping itu, rasanya pun hampir seperti rasa daging ayam kampung sehingga banyak konsumen yang menyukainya.

Setiap usaha peternakan ayam menginginkan adanya loyalitas dari pelanggan yang pernah mencoba produk ayam yang ditawarkan. Saat ini

banyak peternak yang mengembangkan strategi yang efektif untuk membangun, mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

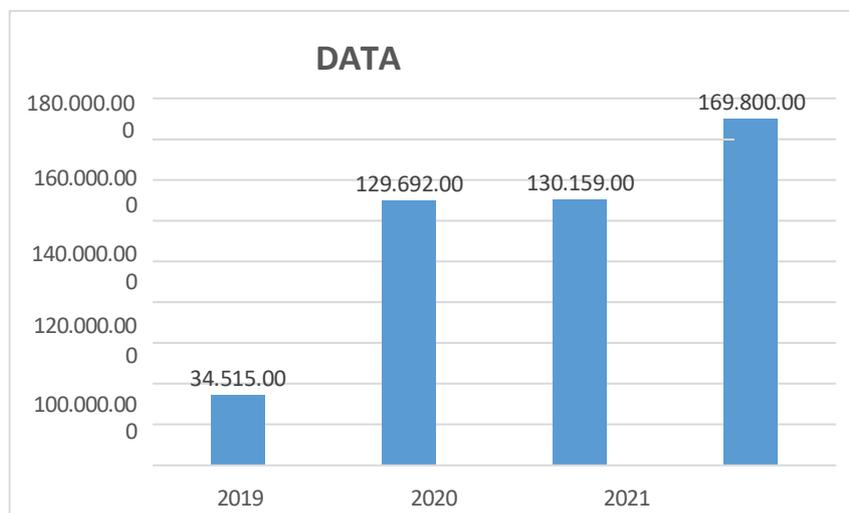
Kepercayaan Pelanggan suatu produk adalah ekspektasi dari konsumen kepercayaan pelanggan sangat penting untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap suatu produk, tanpa adanya kepercayaan terhadap suatu produk tentu pelanggan tidak akan loyal terhadap produk tersebut untuk membangun kepercayaan pelanggan sangat penting. Pelanggan seharusnya dengan mudah mendapatkan dan menggali informasi produk tersebut agar peternak dapat membangun kepercayaan pelanggan jika dapat membuktikan apa yang diharapkan pelanggan sesuai dengan produk tersebut. Kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam membangun loyalitas, membangun kepercayaan pelanggan harus menyediakan layanan berkualitas yang baik supaya pelanggan menjadi loyal. Menemukan bahwa kepercayaan adalah faktor yang sangat penting yang membangun loyalitas dan ada hubungan yang signifikan dan positif antara kepercayaan dan loyalitas. Membangun kepercayaan pelanggan dan memberikan pelayanan yang berkualitas memimpin organisasi ke arah meningkatkan kepercayaan pelanggan dan pada kepercayaan akhir membuat pelanggan loyal Loyalitas adalah satu-satunya alat untuk setiap peternak untuk bertahan dalam persaingan yang berat. Membantu dalam menciptakan hubungan antara konsumen dan produsen.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan secara mendalam untuk selalu berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk dan memiliki sikap yang konsisten di masa yang akan mendatang. Sumber tersebut menjelaskan tentang yang di maksud dengan

loyalitas pelanggan adalah suatu kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk, dimana kesetiaan ini di jadikan alat oleh suatu peternakan untuk bertahan dalam persaingan yang berat. Suatu peternakan memiliki pelanggan yang loyalitas secara tidak langsung dapat membantu peternakan dalam mempromosikan produk kepada orang-orang terdekatnya. Hal ini akan sangat membantu pemilik peternak untuk mendapatkan pelanggan baru. Pelanggan yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah produk kepada produk yang lain . Sehingga, orang yang loyal terhadap suatu produk maka pelanggan akan sangat setia terhadap produk tersebut. Dalam membangun loyalitas pelanggan perlu adanya beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah nilai pelanggan, kepuasan, dan kepercayaan. Membentuk loyalitas pelanggan dapat dimulai dengan memberikan kualitas produk yang lebih unggul dari produk lain yang sejenis, memberikan pelayanan yang terbaik dan harga produk yang relative lebih murah atau setidaknya pada taraf yang sama. Konsumen yang merasakan produk tersebut berkualitas dan harga produk yang relatif lebih murah atau setidaknya pada taraf yang sama, akan berkomitmen membeli barang dengan produk yang sama berulang kali. Hal ini dipengaruhi oleh adanya kualitas serta kepuasan pelanggan terhadap ayam tersebut . Pelanggan akan puas jika barang yang dibelinya sesuai dengan harapannya. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada pemilik peternakan yang telah memberikan kualitas yang memuaskannya karena tingginya tingkat kepuasan konsumen sangat penting. Setelah terbentuk kepuasan, pelanggan akan menaruh kepercayaan terhadap suatu barang. Adanya kepercayaan pelanggan sangatlah dibutuhkan.

Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas hasil kinerja produk. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasa sebanding dengan harapannya. Pelanggan dapat membentuk pola persepsi yaitu kalau kinerja di bawah harapan pelanggan akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan maka mereka akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Indikasi kepercayaan dan kepuasan pelanggan dapat diukur dengan data penjualan yang terus meningkat.

**Gambar 1 Grafik Data Penjualan Jantan**



Sumber data : data diatas,UD.Maju Bersama (2022)

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD.Maju Bersama Group.

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana mendiskripsikan kepercayaan,kepuasan,dan loyalitas pelanggan di UD.Maju Bersama Group?
2. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan UD.MajuBersama Group?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di UD.Maju Bersama Group?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Maju Bersama Group?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan penelitian pada penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mendeskripsikan kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan di UD.Maju Bersama Group.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di UD.Maju Bersama Group.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas di UD.Maju Bersama Group.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di UD.Maju Bersama Group.

#### **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

Adapun manfaat dari penelitian :

a. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan memberikan pengetahuan baru tentang di implementasi teori manajemen pemasaran terkait kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terkait bidang manajemen pemasaran khususnya teori kepuasan dan loyalitas konsumen.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi untuk meningkatkan penjualan Perusahaan dengan konsep menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan.