

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik di pasar domestic maupun di pasar global. Untuk memenangkan persaingan, Perusahaan harus bisa memberikan kepuasan terhadap para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang berkualitas, promosi yang menarik, dan menawarkan harga yang terjangkau dibanding para pesaingnya. Banyak cara dalam mendapatkan peluang usaha salah satunya yaitu di bidang *outdoor*. hal ini menjadikan Perusahaan peralatan petualangan alam terbuka memiliki potensi pasar tersendiri untuk menciptakan produk yang lebih kreatif disamping mementingkan model yang menarik, produk harus sesuai dengan standar keselamatan dan keamanan. Salah satu Perusahaan yang memproduksi dan menjual peralatan petualangan alam terbuka yaitu Consina. Tingkat persaingan usaha di Indonesia cukup ketat karena setiap Perusahaan memiliki cara tersendiri dalam mendapatkan konsumen baru.

Consina ini didirikan pada tahun 1994 oleh seseorang pria bernama Disyon Toba di Bekasi. Consina merupakan Perusahaan khusus yang bergerak di bidang manufaktur dan retail peralatan dan perlengakapan petualangan alam untuk penikmat alam terbuka. Pada tahun 2001, Disyon resmi mendirikan badan hukum berupa PT Consina Segara Alam Aswan (2019). Consina sendiri memiliki berbagai macam produk yang dipasarkan yaitu tas gunung atau bisa disebut *carrier*, jaket gunung, tenda, topi, sandal gunung, *waist bag*, baju sarung tangan dan berbagai aksesoris

lainnya. Produk Consina sendiri memiliki barbagai macam produk dan harga yang terjangkau *shop.consina-adventure.cpm (2011)*. Dengan kualitas yang sangat baik, Perusahaan Consina harus memberikan rasa kepuasan terhadap konsumen agar konsumen yang membeli produk Consina merasa puas dan tidak kecewa.

Di Kecamatan Senduro sendiri, toko-toko seperti Cemoro Tunggal Adventure Shop dan Embun Outdoor menyediakan produk-produk outdoor dari berbagai merek terkenal, termasuk Consina. Persaingan di antara toko-toko ini semakin ketat seiring meningkatnya jumlah masyarakat yang memiliki minat terhadap aktivitas outdoor. Hal ini menciptakan dinamika pasar yang menuntut setiap merek untuk terus meningkatkan kualitas dan keberagaman produknya. Dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan seperti Consina perlu memperhatikan beberapa faktor penting. Di antaranya adalah keragaman produk, diferensiasi produk, dan kepuasan pelanggan.

Loyalitas pelanggan Adalah komitmen pelanggan untuk secara konsisten memilih dan menggunakan produk atau jasa dari suatu merek tertentu, meskipun terdapat barbagai pilihan alternatif di pasar. Loyalitas ini ditunjukkan melalui perilaku pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan produk kepada orang lain, serta ketahanan terhadap pengaruh dari pesaing. Menurut Tjiptono (2020) merupakan komitmen pelanggan terhadap merek, toko, dan pemasok yang didasarkan pada sikap yang sangat positif dari pelanggan dan tercermin dalam perilaku pembelian positif mereka.

Keragaman produk adalah upaya Perusahaan dalam menyediakan berbagai macam jenis, variasi, dan pilihan produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang beragam. Semakin luas dan bervariasi produk yang ditawarkan, maka semakin besar peluang Perusahaan untuk menjangkau berbagai segmen pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), keragaman produk penting untuk menjangkau berbagai segmen pasar. Consina sendiri menunjukkan hal ini dengan menyediakan berbagai macam produk yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna di lapangan.

Diferensiasi produk Adalah strategi Perusahaan untuk menciptakan perbedaan nyata antara produknya dengan produk pesaing, baik dari segi fitur, kualitas, desain merek, pelayanan, maupun aspek lainnya yang memberikan nilai tambah di mata konsumen. Tujuan utamanya Adalah agar produk Perusahaan tampak unik dan lebih menarik dibandingkan dengan produk lain di pasar. Menurut Kotler dan Keller (2016), diferensiasi produk adalah proses menciptakan keunikan produk yang memberikan alasan kuat bagi konsumen untuk memilih produk tersebut dibanding pesaingnya.

Selain itu, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci untuk menciptakan loyalitas. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan antara harapan mereka terhadap produk atau layanan dengan kinerja nyata yang mereka terima. Jika kinerja produk sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas, sebaliknya, jika kinerja kinerja produk berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas. Kotler (2005) menyebut bahwa kepuasan adalah

perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan realita dari kinerja produk. Jika pelanggan merasa puas, maka mereka cenderung loyal dan tidak mudah berpindah ke merek lain.

Banyak Perusahaan yang menawarkan merek, kualitas produk yang bagus dan harga terjangkau bagi konsumen untuk melakukan kegiatan *outdoor*. Beberapa Perusahaan yang sudah ternama di dalam industry penyedia alat-alat *outdoor* yaitu sebagai berikut:

tabel 1.1 Peralatan *Outdoor* Terbaik Buatan Indonesia

No	Merek
1	Eiger
2	Consina
3	Rei
4	Avtech
5	Cartenz Tactical
6	Merapi Montain
7	Gravell
8	Alpina
9	Claw
10	Forester

Sumber (Natasawan.com, n.d.)

Menurut tabel 1.1 di atas rangking peralatan *outdoor* terbaik Adalah merek Eiger dan diposisi kedua Adalah merek Consina. Kedua merek ini menempati posisi paling atas sebagai peralatan *outdoor* terbaik di Indonesia yang sudah cukup terkenal di dunia pendakian. Untuk desainnya, Consina juga tak kalah modis. Bahkan Consina juga mempunya kelebihan di desain apparelnya, dan bisa dibilang lebih *stylish* dari Eiger. Consina terkenal akan kualitas produknya yang kuat dan awet. Banyak tas-tas *carrier* Consina di kelas *new entry level* mempunyai kualitas yang baik dan laku pesat dipasaran serta Consina mampu memberikan harga yang paling murah dibandingkan merek Eiger dan Rei dengan kualitas yang relatif hampir sama Lestari (2020)

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan keterkaitan antara variabel-variabel tersebut. Misalnya, Finthariasari et al (2020) menunjukkan bahwa variasi produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu Rasyid et al (2022) menyatakan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, Khanza Jasmine (2023) menemukan bahwa diferensiasi produk dan harga tidak selalu berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila pelanggan telah merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Apabila pelanggan telah berubah menjadi pelanggan yang loyal karena merasa puas kebutuhannya telah terpenuhi maka pelanggan tidak akan pindah ke Perusahaan lain. Menurut Blattebert dan Deighton (1996), “adalah lebih mudah untuk mendapatkan *current customer* daripada untuk mendapatkan seorang *customer* baru, ini berarti bahwa Perusahaan lebih mudah mempertahankan *current customer*, karena telah kenal dan mengetahui serta mengevaluasi kinerja produk atau jasa Perusahaan”. Maichael (2018)

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa keragaman produk, diferensiasi produk, dan kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Namun, tingkat pengaruh masing-masing variabel dapat berbeda-beda tergantung pada konteks dan karakteristik konsumen di suatu daerah. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan secara lokal, yaitu di Kecamatan Senduro, guna mengetahui sejauh mana ketiga variabel tersebut memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap merek Consina. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, baik dari segi lokasi maupun objek penelitian. Fokus penelitian ini adalah pada pelanggan Consina di Kecamatan Senduro yang

memiliki karakteristik sebagai masyarakat pecinta alam dan pengguna aktif produk outdoor. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan kajian dengan judul: **“Pengaruh Keragaman Produk, Diferensiasi Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Consina di Kecamatan Senduro.”**

1.2 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas ada beberapa batasan Batasan dari penelitian ini, untuk memudahkan dan juga menghindari bahasan yang meluas. Berikut beberapa batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Fokus penelitian ini hanya di bidang Manajemen Pemasaran.
2. Fokus pada pelanggan Consina di Kecamatan Senduro.
3. Variabel penelitian ini akan membahas keragaman produk, diferensiasi produk dan kepuasan pelanggan sebagai variabel independen, serta loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.
4. Menggunakan metode survei dengan kuisioner untuk mengumpulkan data.
5. Waktu pengumpulan data akan dilakukan selama periode dua bulan.
6. Lokasi penelitian terbatas pada wilayah Kecamatan Senduro dan tidak mencakup daerah lain.
7. Responden yang di targetkan adalah pelanggan yang pernah membeli produk Consina.
8. Penelitian ini di batasi pada perkembangan yang terjadi pada tahun 2025.

1.3 Rumusan Masalah

- 1) Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Consina di Kecamatan Senduro?

- 2) Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Consinadi Kecamatan Senduro?
- 3) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Consina di Kecamatan Senduro?
- 4) Apakah keragaman produk, difensiasi produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan consina di Kecamatan Senduro?

1.4 Tujuan Masalah

Berdasarkan latar belakang, penelitian terdahulu, batasan masalah, dan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan Consina di Kecamatan Senduro
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh diferensiasi produk terhadap loyalitas pelanggan Consina di Kecamatan Senduro
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Consina di Kecamatan Senduro
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keragaman produk, diferensiasi produk, dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan consina di Kecamatan Senduro.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai hubungan antara keragaman produk, diferensiasi, kepuasan, dan loyalitas pelanggan

b. Manfaat praktis.

- Bagi Perusahaan yaitu, membantu Perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran dan diferensiasi produk untuk meningkatkan daya saing di Kecamatan Senduro, Menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis, seperti pengembangan produk, peningkatan layanan pelanggan, dan perluasan pasar.
- Bagi penelitian selanjutnya yaitu, menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih dalam tentang persaingan bisnis di sektor perlengkapan *Outdoor*, dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian yang lebih luas mengenai trend konsumsi produk *Outdoor* di daerah lain.