

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat. Namun era globalisasi saat ini juga perlu diwaspadai, karena telah memberikan peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan lama ataupun untuk perusahaan yang baru beroperasi di Indonesia. Jumlah penduduk di Indonesia terbilang sangat banyak, setidaknya kondisi seperti ini akan dijadikan sebagai peluang untuk mengembangkan dunia usaha ke arah perkembangan yang lebih maju. Semakin tingginya tingkat pemenuhan kebutuhan baik untuk pemenuhan kebutuhan diri sendiri maupun untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat luas, beraneka macam produk berlomba-lomba diproduksi dan dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Keadaan seperti ini akan menyebabkan suatu fenomena persaingan bisnis yang ketat, baik itu harga, kualitas suatu produk bahkan sampai dengan pelayanan yang ditawarkan.

Situasi persaingan yang demikian agar dapat menjadi pemenang, maka perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga pada akhirnya dapat tercipta loyalitas yang tinggi dari konsumennya terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Bagi perusahaan salah satu faktor penentu kesuksesan dalam menciptakan kesetiaan merek pelanggannya adalah kepuasan terhadap kualitas yang diberikan.

Dengan demikian, kualitas produk yang baik akan menciptakan, mempertahankan kepuasan serta menjadi konsumen yang loyal. Karakteristik konsumen yang loyal salah satunya adalah selalu melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Salah satu bisnis yang sedang berpeluang bagus di Indonesia untuk saat ini adalah bisnis rokok. Hal ini bisa dilibat dari semakin banyaknya rokok yang beredar di pasaran khususnya rokok mild diantaranya adalah L.A lights, GG mild, Jazy mild. serta produk lain yang tidak mau promosi. Semakin banyak produk rokok di pasar, hal ini menyebabkan suatu ketinggalan dalam memberikan berbagai misalnya kemasan, rasa, harga dan persaingan yang cukup ketat antar perusahaan rokok itu sendiri. Bagi perusahaan rokok sendiri adalah bagaimana dan usaha apa yang harus dilakukan untuk menarik pelanggan. Salah satu cara yang banyak ditempuh perusahaan rokok adalah dengan menawarkan produk rokok dengan harga yang murah, rasa yang olahraga ataupun acara-acara yang lain bisa dikatakan rokok merupakan barang bisa disesuaikan dengan selera, pendekatan terhadap konsumen melalui musik, mahasiswa ataupun orang tua mengkonsumsi rokok. Begitu juga kondisi pada yang dikonsumsi oleh kebanyakan orang, semua lapisan masyarakat dari pelajar, otomatis mereka juga memilih produk yang akan dibeli. hal ini disesuaikan wilayah perkotaan di Kota Lhokseumawe, mereka kecanduan untuk merokok dan dengan tingkat kemampuan mereka,

Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya promosi yang digunakan oleh perusahaan rokok, Gambaran pertumbuhan industri rokok pada saat ini berkembang dengan pesat. Berdasarkan penelitian oleh Gaprindo (Gabungan

peningkatan yang sangat pesat khususnya rokok dengan kadar nikotin dan tar rendah (mild) Hal ini dikarenakan jumlah perokok di Indonesia relatif besar, yakni jumlah perokok laki-laki mencapai sekitar 59% dan perokok wanita sebanyak 4% dari jumlah penduduk Indonesia. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan kelangsungan hidup industri rokok jangka panjang, maka perusahaan rokok memulai proses perubahan yang membawa kepada peningkatan preferensi atau kesukaan konsumen kepada rokok yang lebih ringan kadar tar dan nikotinnya.

Produsen rokok banyak mengeluarkan produk baru dengan kadar nikotin dan tar rendah yang dikenal dengan *rokok kretek mild*, seperti Sampoerna dengan A-Mild, Djarum Kudus dengan L.A Light dan Jdarum black, Bentoel dengan Bentoel Mild dan lain-lain, sehingga persaingan di industri rokok memasuki babak baru. Kalangan pebisnis rokok menghendaki adanya perubahan selera konsumen dalam bisnis rokok pada dasawarsa ke depan akan memasuki era rokok rendah tar dan nikotin. Mereka berharap rokok Sampoerna Mild akan menjadi masa depan industri rokok dalam negeri karena *Asian taste* dengan cita rasa mild diyakini bisa mengatasi masalah pembatasan kadar tar dan nikotin pada rokok di Indonesia. Walaupun demikian apakah rokok mild mampu untuk memenuhi selera pasar terutama konsumen rokok kretek, karena kendala pemasaran rokok terletak pada loyalitas konsumen fanatik, apalagi untuk perokok-perokok loyal kretek yang umurnya sudah merasakan sensasi rasa selama puluhan tahun,

Dengan banyaknya peminat rokok mild maka dari itu perusahaan rokok **Cemara Mas** membuat sebuah terobosan berupa produk Sampoerna Mild. Rokok

Sampoerna Mild adalah rokok yang masih baru beredar dan kebanyakan kalangan masyarakat sudah mengenal produk rokok tersebut. Pada saat ini produk rokok Sampoerna Mild mencoba untuk mengisi persaingan pasar produk rokok di daerah Aceh khususnya, tentunya merupakan tantangan tersendiri bagi perusahaan, karena di daerah Aceh khususnya Lhokseumawe muncul produk-produk rokok yang baru dengan promosi besar-besaran adalah produk rokok GG Mild, Signature Mild, dan Jazy Mild. Sebagai rokok produk *lama* produsen rokok Sampoerna Mild berusaha Mempenahankan serta terus meningkatkan kualitas produknya. Sejauh mana antusias konsumen terhadap rokok Sampoerna Mild perlu dibahas. Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penefirian ini perlu dilaknkan untuk mengetahui persepsi konsumen serta langkah-langkah apa yang dapat dilakukan perusahaan agar persepsi konsumen sesuai dengan maksud perusahaan, Maka dalam penelitian ini penulis mengangkai judul " Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Rokok Sampoerna Mild di Kota Lhokseumawe".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk Rokok SampoernaMild di Kola Lhokseumawe ?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk Rokok Sampoerna Mild di Kora Lhokseumawe ?

3. Bagaimana pengaruh secara bersama-sama antara variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk Rokok Sampoerna Mild di Kota Lhokseumawe ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas Rokok Sampoerna Mild di Kota Lhokseumawe ?
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Rokok Sampoerna Mild di Kota Lhokseumawe ?
3. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Rokok Sampoerna Mild di Kota Lhokseumawe ?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi banyak pihak, yaitu:

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi suatu bahan evaluasi dalam rangka mempertahankan dan memperbaiki produk rokok Sampoerna Mild.

- b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui tentang hal-hal yang diinginkan konsumen sehingga dapat memberi masukan kepada perusahaan di masa yang akan datang.

