

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas produk menjadi salah satu faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Kualitas produk tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik awal bagi konsumen, tetapi juga menjadi elemen penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen. Dalam konteks produk-produk tradisional seperti baju adat, kualitas produk memiliki peran strategis dalam menjaga nilai budaya sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan.

Di Kota Gunungsitoli, salah satu pusat pemasaran baju adat Nias adalah Toko Vivin. Toko ini dikenal sebagai salah satu penyedia baju adat Nias yang berfokus pada kualitas produk. Kualitas produk baju adat Nias di Toko Vivin tidak hanya dilihat dari segi bahan dan desain, tetapi juga dari aspek keaslian dan kesesuaian dengan tradisi Nias. Hal ini penting mengingat baju adat Nias bukan sekadar pakaian, tetapi juga simbol identitas budaya yang harus dijaga keasliannya.

Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, Toko Vivin menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Loyalitas pembelian konsumen merupakan aspek yang sangat penting untuk di perhatikan, karena perilaku pembelian konsumen menjadi dasar bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran (Sandhi & Brabo, (2023)). Salah satu hal yang perlu di perhatikan oleh perusahaan dalam memasarkan produk adalah pemahaman terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Kepuasan konsumen menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan yang akan berdampak pada tingkat penjualan. Ketika konsumen merasa puas, kemungkinan konsumen untuk tetap setia pada produk yang di tawarkan akan meningkat, sehingga menciptakan loyalitas konsumen yang berkelanjutan (Yulinda & Iskandar, (2023)).

Loyalitas konsumen merupakan hasil dari kombinasi atau hubungan multidimensi dari minat, sikap, prestasi penjualan dan perilaku pelanggan.

Loyalitas dapat berupa kesediaan untuk melakukan pembelian ulang dan tetap bersedia melakukan pembelian ulang meskipun dengan adanya kenaikan harga Naully & Saryadi, (2021). Loyalitas pelanggan sebagai komitmen yang mendalam untuk membeli kembali di kemudian hari, meskipun pengaruh situasional dan upaya-upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perilaku berpindah, loyalitas sebagai tingkat dimana seorang konsumen secara konsisten terpola dengan toko yang sama ketika berbelanja produk-produk yang biasa dibeli. Iham Albar, Berlintina Permatasari (2024:116).

Selain itu, adanya tantangan dari produk-produk imitasi atau tiruan dengan harga lebih rendah juga menjadi ancaman bagi Toko Vivin. Produk-produk tersebut kerap kali meniru desain baju adat Nias namun dengan kualitas bahan yang rendah sehingga berdampak pada kepuasan konsumen. Jika harga dianggap sebanding dengan kualitas, mereka lebih mungkin untuk melakukan pembelian ulang. Namun, jika harga terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik, konsumen dapat mencari alternatif di tempat lain. Sebagai salah satu toko pakaian adat di Gunungsitoli, *Vivin* memiliki reputasi yang memengaruhi persepsi konsumen. Jika toko dikenal karena menjual produk berkualitas tinggi, maka konsumen akan lebih percaya dan cenderung memilih berbelanja di sana dibandingkan toko lain.

Toko Vivin di kota Gunungsitoli merupakan salah satu pelaku usaha yang berfokus pada penjualan baju adat Nias, yaitu pakaian tradisional yang memiliki nilai budaya dan historis tinggi bagi masyarakat Nias. Sejak berdiri toko Vivin di kenal masyarakat sebagai penyedia baju adat yang konsisten menjaga kualitas, baik dari segi bahan, desain, maupun kesesuaian dengan nilai-nilai tradisi lokal. Reputasi ini menjadikan toko Vivin cukup diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari masyarakat lokal hingga wisatawan yang ingin memiliki atau menggunakan pakaian adat Nias dalam berbagai kegiatan budaya, keagamaan, dan seremonial. Namun demikian, berdasarkan pengamatan awal serta wawancara informal dengan beberapa konsumen, ditemukan adanya penurunan minat beli ulang (repeat purchase) dalam beberapa waktu terakhir. Beberapa konsumen mengaku mulai mempertimbangkan untuk membeli produk dari tempat lain yang menawarkan desain serupa dengan harga yang lebih terjangkau. Produk-produk tiruan tersebut meski tidak sepenuhnya memenuhi standar kualitas baju adat tradisional tetap dianggap memadai oleh sebagian konsumen karena mampu menampilkan tampilan visual yang mirip. Fenomena ini tentu menjadi tantangan serius bagi toko Vivin, karena menurunnya minat beli ulang secara langsung akan berdampak pada loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

Loyalitas konsumen merupakan faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, terutama bagi bisnis yang menjual produk dengan keterikatan budaya. Konsumen yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga berpotensi menjadi agen promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang efektif. Dalam konteks toko Vivin, loyalitas konsumen akan menentukan apakah nilai-nilai budaya yang melekat dalam baju adat Nias tetap terjaga melalui preferensi konsumen terhadap produk asli yang berkualitas, atau justru tergerus oleh maraknya produk.

Kualitas produk mengacu pada sejauh mana suatu produk memenuhi harapan atau standar yang diinginkan oleh konsumen. Ini mencakup berbagai aspek seperti daya tahan, desain produknya, bahan, dan nilai keseluruhan yang diberikan oleh produk (Kumbara, 2021). Kualitas produk salah satu keunggulan dalam persaingan terutama dalam kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, kualitas produk berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Produk yang memiliki kualitas baik, cenderung menarik loyalitas konsumen dan memicu pembelian, sementara produk dengan kualitas rendah bisa menyebabkan konsumen membeli produk lain. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Haidar Ali Alamsyah (2020:3).

Konsumen memiliki banyak pilihan untuk membeli baju adat Nias di toko-toko lain yang menawarkan harga lebih murah atau desain yang lebih modern. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana kualitas produk baju adat Nias di Toko Vivin mempengaruhi loyalitas konsumen (Sholikhah & Hadita, 2023).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, teridentifikasi beberapa fenomena yang menjadi tantangan utama dalam bisnis tersebut. pertama, kualitas produk yang rendah mengurangi kepuasan konsumen, yang kemudian menurunkan loyalitas dan memudahkan perpindahan ke pesaing. Kedua, kualitas produk yang kurang maksimal disebabkan oleh penggunaan bahan baku yang tidak konsisten dan proses produksi yang masih belum optimal, sehingga produk yang dihasilkan tidak selalu memenuhi standar atau harapan konsumen. Untuk memutus siklus ini, diperlukan strategi komprehensif yang mencakup peningkatan kualitas produk melalui penggunaan bahan baku yang lebih baik dan proses produksi yang lebih efisien, diferensiasi produk untuk menciptakan keunikan, serta upaya membangun kembali kepercayaan dan loyalitas konsumen melalui pelayanan yang prima dan inovasi berkelanjutan.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah penulis tulis di atas, maka judul penelitian yang akan diangkat adalah **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas konsumen Baju Adat Nias Di Toko Vivin.”**

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas produk kurang maksimal
2. Tingkat persaingan produk yang semakin meningkat
3. Loyalitas konsumen yang semakin lama semakin mengalami penurunan

1.3 Batasan masalah

Guna menghindari terjadinya kesimpangsiuran dalam pembahasan dan penganalisaan, maka luas penelitian yang dilakukan penulis hanya berfokus pada kualitas produk yang terdiri dari kualitas produk yang kurang maksimal, tingkat persaingan produk yang semakin ketat dan loyalitas konsumen yang semakin lama semakin mengalami penurunan. Tokoh Vivin salah satu penyedia baju adat nias, yang menghadapi beberapa masalah sehingga harus melakukan evaluasi lebih lanjut guna untuk menganalisis kualitas produk tokoh tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Toko Vivin?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Toko Vivin?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Toko Vivin.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Toko Vivin.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen baju Adat Nias di Toko Vivin.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Hasil karya penelitian ini diharapkan menambah wawasan serta memperbanyak informasi tentang baju adat nias di toko vivin serta cara mempertahankan kualitas produk dalam sebuah usaha.

2. Bagi Universitas Nias

Penelitian ini dapat menjadi bahan bagi mahasiswa universitas Nias Fakultas Ekonomi khusus konsentrasi pemasaran dalam mengembangkan penelitian ini.

3. Bagi Lokasi Penelitian

Bagi toko Vivin Gunungsitoli, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagaimana meningkatkan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen baju adat nias di toko vivin.

4. Bagi Peneliti Lanjutan

Sebagai bahan referensi penelitian dan pengalaman dalam pengembangan kajian keilmuan.