

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan dunia usaha menjadi semakin ketat seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih. Sehingga membuat perusahaan harus berupaya dan berjuang untuk mempertahankan usahanya supaya tetap diterima keberadaannya oleh konsumen di pasar Indonesia, dimana setiap perusahaan akan terus melakukan inovasi dan berusaha untuk memberikan kualitas yang terbaik dalam memenuhi keinginan pelanggan (Tunjungsari & Ginting, 2020:4).

Salah satunya dapat dilihat pada perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dagang dimana ini termasuk dalam kategori salah satu perusahaan yang mempunyai persaingan yang paling ketat karena mereka harus saling bersaing satu sama lain dengan perusahaan lain dalam rangka untuk memenuhi permintaan konsumen yang berbagai macam (Liliana, 2022:8).

Perusahaan farmasi adalah perusahaan bisnis komersial yang berfokus dalam meneliti, mengembangkan dan mendistribusikan obat-obatan yang memiliki surat izin edar untuk penggunaan medis. Pada penelitian ini berfokus terhadap sektor farmasi. Dengan adanya pemulihan ekonomi global memotivasi aktivitas dan juga produktivitas perdagangan dunia dalam memberi peluang untuk memajukan kinerja sektor Indonesia. Perusahaan farmasi juga merupakan salah satu badan usaha besar dan terus berkembang yang memiliki peranan penting dalam

menciptakan kesehatan masyarakat. Seiring dengan bertambahnya populasi masyarakat di Indonesia kebutuhan akan obat-obatan mengalami peningkatan.

**Tabel 1.1**  
**Peringkat Perusahaan Farmasi Di Indonesia Berdasarkan Data Penjualan**  
**Produk Tahun 2022**

No	Perusahaan	Data Penjualan (Rupiah)
1	PT Kalbe Farma Tbk	20.182.120.000.000
2	PT Kimia Farma Tbk	9.565.462.000.000
3	PT Indofarma Tbk	6.127.479.000.000
4	PT Rajawali Nusindo	1.631.317.000.000
5	PT Tempo Scan Pacific Tbk	1.156.648.000.000

**Sumber: Data Publikasi BUMN Tahun 2022**

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dalam publikasi BUMN tahun 2022 data penjualan perusahaan farmasi di Indonesia, PT Kalbe Farma Tbk menduduki peringkat tertinggi dengan penjualan sebesar 20.182.000.000.000, sementara PT Rajawali Nusindo berada di peringkat keempat dengan penjualan 1.631.000.000.000, menjadi yang terendah di antara lima perusahaan. Perbedaan yang signifikan antara PT Kalbe Farma Tbk dan PT Rajawali Nusindo mencerminkan dominasi pasar oleh PT Kalbe Farma Tbk. Meskipun Rajawali Nusindo memiliki penjualan lebih rendah, kemungkinan bertahannya bisa disebabkan oleh strategi bisnis yang berfokus pada segmen pasar tertentu, efisiensi operasional, atau keahlian khusus dalam produk tertentu. Mungkin juga PT Rajawali Nusindo memiliki keunggulan kompetitif yang membuatnya dapat mempertahankan pangsa pasarnya meskipun tidak sebesar pesaing utamanya. Keberlanjutan dan ketahanan PT Rajawali Nusindo dapat dipengaruhi oleh adaptabilitas perusahaan terhadap perubahan pasar dan kemampuannya untuk terus meningkatkan daya saingnya.

Terkait hal itu peneliti akan melakukan penelitian pada sebuah perusahaan yang bernama PT Rajawali Nusindo dimana perusahaan ini merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang distributor produk industri misalnya seperti produk konsumsi, alat kesehatan, produk farmasi, hasil perkebunan, serta alat dan sarana perkebunan unggulan. PT Rajawali Nusindo berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No.493, Cijagra, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40265.

Upaya-upaya untuk memuaskan kebutuhan konsumen dilakukan oleh setiap perusahaan dengan strategi dan cara dengan harapan konsumen merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang sebagai timbal baliknya. Apabila seorang konsumen telah berubah menjadi pelanggan yang loyal karena kepuasannya terpenuhi, maka konsumen tersebut tidak akan beralih ke produk atau jasa perusahaan lain sejenis (Rangkuti, 2017:206).

Pengalaman yang diperoleh konsumen dari suatu produk atau jasa yang baik akan menimbulkan kesan positif yang menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan apa yang diinginkannya, sehingga konsumen akan loyal terhadap barang atau jasa yang digunakannya. Perusahaan tidak dapat mengabaikan pendapat atau masukan dari pelanggan karena keberadaan pelanggan sendiri mempunyai pengaruh pada pencapaian tujuan akhir perusahaan. Dimana salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan produk atau jasa adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Seringkali perusahaan masih berfokus hanya pada pencapaian produktivitas dan profitabilitas dengan mengabaikan aspek kepuasan yang menimbulkan loyalitas pelanggan (Effendi et al., 2022:91).

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Seorang pemasar sangat mengharapkan akan dapat mempertahankan pelanggannya dalam waktu yang lama. Sebab apabila perusahaan memiliki seorang pelanggan yang loyal, maka hal itu dapat menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan tersebut tidak hanya secara terus menerus menggunakan produk atau jasa perusahaan, tetapi dengan sendirinya pelanggan tersebut juga akan merekomendasikannya kepada orang lain sesuai dengan pengalaman yang ia rasakan (Tojiri & Rusdian, 2023:3).

Pelanggan yang loyal secara tidak langsung dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasa kepada orang-orang terdekatnya. Cerita dan pengalaman seseorang menggunakan suatu produk atau jasa terdengar lebih menarik yang bisa mempengaruhi pandangannya untuk ikut mencoba produk atau jasa tersebut. Jika seseorang merasa puas dengan suatu produk atau jasa, maka loyalitas pelanggan pada suatu produk atau jasa akan terjadi (Riyanto & Akbar, 2020:18).

**Tabel 1.2**

**Daftar Produk PT Rajawali Nusindo**

No	Kategori	Produk
1	Farmasi	Cairan RL, Antimo, Paracetamol, Antasidadoen, NaCl, dll
2	Alkes Laboratorium	Kimia, Immunology, Hematology, Urine test, Glucometer, Rapid test, dan Reagensia
3	Alkes Penunjang Medis	Ventilator, incubator, X-Ray, USG, Dental Unit, Pasien Monitor, Infuse Pump, dll
4	Bahan Medis Habis Pakai	Masker, Sarung Tangan, Polikasa, IV Cath, Benang bedah, Handscrub, dll
5	Consumer	Gula, Beras, Minyak, Tissue
6	Agro	Hasil perkebunan (seperti teh & kelapa sawit)

Sumber: Data Sekunder PT Rajawali Nusindo (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat diketahui bahwa PT Rajawali Nusindo memiliki produk dengan kategori produk farmasi, produk alat kesehatan laboratorium, alat kesehatan penunjang medis, bahan medis habis pakai, produk *consumer* dan produk agro yang beredar di pasaran.

Dengan didukung oleh 43 cabang yang bergerak dalam bidang distribusi, perdagangan & tersebar seluruh Indonesia, PT Rajawali Nusindo yang juga merupakan anak perusahaan PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero), berupaya menjadi *market leader* dalam penyaluran, produk farmasi, alat kesehatan (alkes), produk konsumsi dan hasil perkebunan unggulan (Agro).

Diduga faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan PT Rajawali Nusindo adalah harga dan kelengkapan produk. Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dilihat dari data jumlah pelanggan dijelaskan bahwa setiap tahunnya jumlah pelanggan selalu mengalami peningkatan, hal ini berarti bahwa dengan semakin meningkatnya jumlah pelanggan PT Rajawali Nusindo.

Perusahaan harus lebih memperhatikan dan meningkatkan kelengkapan jenis produk yang akan mereka tawarkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, mulai dari merek serta kualitas produk tersebut agar pelanggan tetap setia untuk membeli produk-produk PT Rajawali Nusindo.

Selain dari kelengkapan produk faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Juliawati & Hartono, 2023:19) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk

atau jasa. Dengan menetapkan harga yang relatif terjangkau akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Jika sebuah perusahaan mampu memberikan sebuah pelayanan yang bagus bagi pelanggan maka pelanggan itu akan puas dan berkemungkinan akan membeli produknya dan melakukan pembelian ulang (*repurchased/ repeat order*).

Perhatikan tabel data dibawah ini:

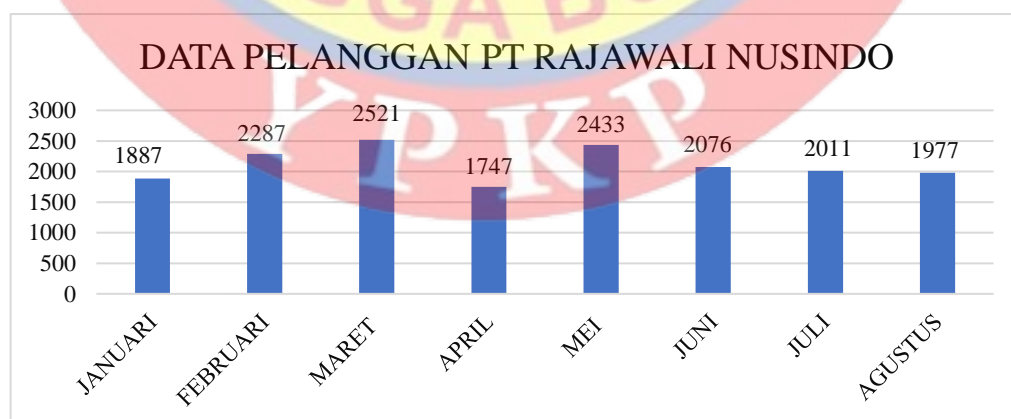
**Tabel 1.3**

**Data Pelanggan PT Rajawali Nusindo Bulan Januari – Agustus Tahun 2023**

Bulan	Data Pelanggan
Januari	1887
Februari	2287
Maret	2521
April	1747
Mei	2433
Juni	2076
Juli	2011
Agustus	1977

Sumber: Data Sekunder PT Rajawali Nusindo (2023)

Berikut adalah grafik Data Pelanggan PT Rajawali Nusindo Bulan Januari – Agustus Tahun 2023:



**Gambar 1.1**

**Data Pelanggan PT Rajawali Nusindo Bulan Januari – Agustus Tahun 2023**

Berdasarkan data grafik diatas dapat dilihat bahwa pelanggan PT Rajawali Nusindo mengalami peningkatan jumlah pelanggan pada periode Januari sampai dengan bulan Mei 2023, namun periode bulan Juni sampai dengan bulan Agustus 2023 cenderung mengalami penurunan. Penurunan pelanggan ini dapat disebabkan oleh beralihnya pelanggan ke distributor lain, seperti PT. Enseval, PT. Kimia Farma, PT. Anugerah Pharmindo Lestari, PT Sanbe Farma, dan lain-lain yang merupakan perusahaan sejenis yang bergerak di bidang farmasi dan alat kesehatan. Hal tersebut sejalan dengan angka penjualan yang fluktuatif pada periode bulan Januari sampai dengan dengan bulan Mei, dan mulai menurunnya angka penjualan PT Rajawali Nusindo. Dapat dilihat dari grafik penjualan PT Rajawali Nusindo terdapat penurunan angka penjualan dari bulan Maret sampai dengan Agustus 2023, sedangkan bulan Juni terjadi kenaikan angka penjualan yang sangat tinggi dikarenakan mendapatkan proyek tender alat-alat kesehatan dari Kementerian Kesehatan, dan angka penjualan bulan berikutnya cenderung menurun itu hanya penjualan regular saja, dapat dilihat tabel dan grafik sebagai berikut:

**Tabel 1.4**

**Data Penjualan PT Rajawali Nusindo Bulan Januari – Agustus Tahun 2023**

<b>Bulan</b>	<b>Data Penjualan (Milyar)</b>
Januari	23.504
Februari	12.487
Maret	14.572
April	14.193
Mei	15.568
Juni	28.974
Juli	10.751
Agustus	10.384

Sumber: Data Sekunder PT Rajawali Nusindo (2023)

Berikut adalah grafik Data Penjualan PT Rajawali Nusindo Bulan Januari – Agustus Tahun 2023:



**Gambar 1.2**

#### **Data Penjualan PT Rajawali Nusindo Bulan Januari – Agustus Tahun 2023**

Selain itu, hasil wawancara terdahulu yang dilakukan oleh peneliti kepada lima orang pelanggan pelanggan PT Rajawali Nusindo tiga diantaranya mengungkapkan adanya keluhan terkait pengiriman barang yang tidak tepat waktu. Sedangkan dua orang lainnya mengeluhkan ketersediaan stok di PT Rajawali Nusindo yang tidak lancar. Ketidakstabilan dalam stok dapat menyulitkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka secara konsisten. Dengan demikian, hal ini dapat merugikan kepercayaan pelanggan dan mempengaruhi keberlanjutan hubungan bisnis.

Untuk memperkuat fenomena (sebelum pra survei) pelanggan cenderung akan selalu menginginkan tingkat pelayanan yang baik yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan agar pelanggan merasa nyaman dan dapat menjadi pelanggan setia. Oleh sebab itu PT Rajawali Nusindo harus memperbaiki kualitas layanan ini sehingga pelanggan akan merasa lebih baik dalam melakukan



transaksi belanjanya. Karena biasanya pelayanan yang baik oleh perusahaan dapat menambah nilai dan kesan lebih positif kepada pelanggan.

Memberikan respon cepat serta memberikan harga yang terbaik untuk pelanggan merupakan salah satu dari bentuk prioritas dan misi dari PT Rajawali Nusindo, dimana harga tersebut dapat mempengaruhi seseorang dalam loyalitas pelanggan.

Harga produk yang ada pada PT Rajawali Nusindo sangat variatif disesuaikan dengan spesifikasi, produksi dan manfaat yang akan diterima oleh pelanggan. Penentuan harga produk harus serasi dan selaras dengan tujuan perusahaan, karena ini menyangkut angka penjualan dan keuntungan perusahaan. Penentuan harga produk yang terlalu tinggi akan menyebabkan menurunnya angka penjualan dan apabila harga terlalu rendah ini juga akan menyebabkan berkurangnya keuntungan yang akan didapat perusahaan.

Untuk memperkuat fenomena diatas, peneliti melakukan pra survei kepada 20 responden PT Rajawali Nusindo, yaitu RS. Advent, RSUD. Kota Bandung, Puskesmas Pasundan. Dinas Kesehatan Kota Bandung, Dinas Kesehatan Kabupaten Bandung, Apotek Perintis, Apotek ABC, Laboratorium Diatest, Klinik Halmahera, Klinik Perisai Husada, RSKB. Halmahera, RSKB. Melinda, Puskesmas Sekejati, Puskesmas Sagalaherang, RSUD. Slamet, RSP. Rotinsulu, Klinik BKPM, Laboratorium Pramita, Labkesda Kab. Bandung, dan BBLK Jawa Barat. Berikut adalah tabel hasil penyebaran pra survei:

**Tabel 1.5**  
**Hasil Pra Survei Penelitian Loyaliyas Pelanggan**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
<b>Kebiasaan Transaksi</b>					
1	Apakah Anda dalam mencari produk atau layanan akan mencari di PT Rajawali Nusindo sebelum mencari ke perusahaan lain?	17	85%	3	15%
<b>Pembelian Ulang</b>					
2	Apakah pengalaman pembelian Anda sebelumnya membuat Anda ingin terus membeli dari PT Rajawali Nusindo?	1	5%	19	95%
<b>Rekomendasi</b>					
3	Apakah Anda akan merekomendasikan produk atau layanan dari PT Rajawali Nusindo kepada teman, atau relasi?	4	20%	16	80%
<b>Komitmen</b>					
4	Apakah Anda merasa bahwa PT Rajawali Nusindo memiliki komitmen yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan?	12	60%	8	40%
<b>Rata – rata :</b>			<b>42,5%</b>		<b>57,5%</b>

Sumber: Olah Data Peneliti 2023

Berdasarkan tabel 1.5 hasil pra survei di atas, rata-rata responden 57,5% menyatakan tidak loyal terhadap PT Rajawali Nusindo, dalam hal ini peneliti dapat menemukan permasalahan tentang loyalitas pelanggan, diantaranya berdasarkan dimensi kebiasaan transaksi, pembelian ulang, rekomendasi dan komitmen. Dengan hasil survei tentang pembelian ulang responden 95% menyatakan pengalaman konsumen ingin membeli terus di PT Rajawali Nusindo merasa kurang dan memilih hanya cukup satu kali saja sehingga perlu dilakukan menggunakan media sosial atau email untuk memberi informasi terbaru atau penawaran eksklusif kepada konsumen agar konsumen mau membeli ulang. Berikutnya responden 80% menyatakan kurangnya merekomendasikan kepada teman, keluarga dan relasi

karena konsumen merasa produk tidak sesuai dengan kebutuhan atau preferensi individu konsumen, sehingga mereka tidak melihat nilai tambah dalam merekomendasikannya kepada teman-teman dan keluarganya sehingga perlu dilakukan melakukan survei pelanggan atau wawancara untuk memahami lebih baik apa yang diinginkan oleh konsumen dan data tersebut untuk menyesuaikan strategi pemasaran kedepannya. Pada pertanyaan yang tidak terlalu mengalami masalah ialah pada dimensi kebiasaan transaksi karena responden menjawab 85% setuju bahwa responden cenderung mencari produk atau layanan dari PT Rajawali Nusindo sebelum mencari dari perusahaan lain dan pada dimensi komitmen karena responden menjawab 60% setuju bahwa responden merasa bahwa PT Rajawali Nusindo memiliki komitmen yang tinggi terhadap kepuasan pelanggannya.

**Tabel 1.6**  
**Hasil Pra Survei Penelitian Harga**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
<b>Keterjangkauan Harga</b>					
1	Apakah menurut Anda harga produk PT. Rajawali Nusindo terjangkau?	8	40%	12	60%
<b>Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk</b>					
2	Apakah menurut Anda harga produk PT. Rajawali Nusindo sesuai dengan kualitas yang ditawarkan?	9	45%	11	55%
<b>Kesesuaian Harga Dengan Manfaat</b>					
3	Apakah Anda mendapatkan manfaat yang sebanding dengan harga produk yang di beli?	4	20%	16	80%
<b>Daya Saing Harga</b>					
4	Apakah menurut Anda harga produk PT. Rajawali Nusindo lebih murah dibandingkan dengan produk lain di pasaran?	8	40%	12	60%
	<b>Rata-rata :</b>		<b>36,25%</b>		<b>63,75%</b>

Sumber: Olah Data Peneliti 2023

Berdasarkan tabel 1.6 hasil pra survei di atas, rata-rata responden 63,75% menyatakan tidak merasa puas atas pelayanan yang di berikan oleh PT. Rajawali Nusindo. Dalam hal ini peneliti dapat menemukan permasalahan, diantaranya adalah harga. Harga pada PT Rajawali Nusindo berdasarkan dimensi harga yaitu (keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga), di mana aspek tersebut perlu menjadi bahan evaluasi dan dapat diperbaiki oleh PT Rajawali Nusindo.

Hasil survei tentang keterjangkauan harga di PT Rajawali Nusindo responden menyatakan 60% produk dari PT. Rajawali Nusindo memiliki harga yang kurang terjangkau, sehingga perlu di lakukan memberikan diskon atau melakukan perubahan harga. Permasalahan lainnya adalah 55% responden menyatakan bahwa harga yang diberikan oleh PT Rajawali Nusindo kurang sesuai dengan kualitas produk, PT Rajawali Nusindo perlu meningkatkan kualitas produk yang dijual. Berikutnya 80% responden menyatakan bahwa manfaat yang diberikan oleh produk dari PT Rajawali Nusindo belum sebanding dengan harga yang diberikan, maka dari itu PT. Rajawali Nusindo perlu memperbaiki manfaat dari tiap-tiap produk yang dipasarkan. Lalu 60% responden menyatakan produk dari PT Rajawali Nusindo tidak lebih murah dari para pesaingnya di pasaran oleh karena PT Rajawali Nusindo perlu menyesuaikan kembali harga agar dapat bersaing di pasaran.

**Tabel 1.7**  
**Hasil Pra Survei Penelitian Kelengkapan Produk**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
<b>Keragaman Produk</b>					
1	Apakah Anda merasa bahwa PT Rajawali Nusindo menawarkan berbagai pilihan produk?	15	75%	5	25%
<b>Variasi Produk</b>					
2	Menurut Anda, apakah variasi produk tersebut memenuhi kebutuhan beragam konsumen?	1	5%	19	95%
<b>Ketersediaan Produk</b>					
3	Apakah Anda merasa bahwa ketersediaan produk dapat memengaruhi keputusan pembelian Anda?	9	45%	11	55%
<b>Macam Merek Produk</b>					
4	Apakah merek-merek produk yang ditawarkan di PT Rajawali Nusindo memiliki reputasi dan kualitas yang baik?	14	70%	6	30%
<b>Rata-rata :</b>			<b>48,75%</b>		<b>51,25%</b>

Sumber: Olah Data Peneliti 2023

Berdasarkan tabel 1.7 hasil pra survei di atas, rata-rata responden 51,25% menyatakan bahwa PT Rajawali Nusindo tidak memiliki produk yang lengkap, dalam hal ini peneliti dapat menemukan permasalahan, diantaranya adalah kelengkapan produk, variasi produk, ketersediaan produk dan macam merek produk. Hasil survei pada dimensi keragaman produk, hasil responden 75% menyatakan setuju bahwa PT Rajawali Nusindo memiliki beberapa macam produk yang dapat ditawarkan. Permasalahan kedua, yaitu tentang variasi produk hasil survei responden menyatakan 95% variasi produk di PT Rajawali Nusindo kurang banyak, sehingga perlu di lakukan pengembangan produk yang sudah ada dalam portofolio dan pertimbangkan pembaruan atau variasi yang dapat

diimplementasikan contohnya, variasi dosis, kemasan, atau formulasi, lalu permasalahan ketiga responden 55% menyatakan ketersediaan produk pada PT Rajawali Nusindo yang di butuhkan konsumen terkadang merasa sulit menemukan produk spesifik oleh karena itu di perlukan mengumpulkan *feedback* dari konsumen secara reguler untuk menilai terkait ketersediaan produk dalam mengidentifikasi produk-produk yang sering dicari oleh konsumen dan meningkatkan jumlah stoknya. Sedangkan pada dimensi macam merek produk, hasil responden 70% menyatakan setuju bahwa merek-merek produk yang ditawarkan oleh PT Rajawali Nusindo memiliki reputasi dan kualitas yang baik.

Dari hasil pra survei di atas di dukung berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Elinawati Susi Mentari Sinurat (2023:11) menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kelengkapan produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan harga dan kelengkapan produk positif signifikan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Maskur, Nurul Qomariah dan Nursaidah (2016:13) menunjukan hasil bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan karga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar di atas ini peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Rajawali Nusindo**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan pada latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran harga, kelengkapan produk dan loyalitas pelanggan di PT Rajawali Nusindo?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di PT Rajawali Nusindo?
3. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan di PT Rajawali Nusindo?
4. Bagaimana pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan di PT Rajawali Nusindo?

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan untuk mengetahui pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan di PT Rajawali Nusindo.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran harga, kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan di PT Rajawali Nusindo.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di PT Rajawali Nusindo.

3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan di PT Rajawali Nusindo.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan di PT Rajawali Nusindo.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

###### Manfaat Bagi Para Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pemasaran terutama mengenai harga, kelengkapan produk dan loyalitas pelanggan.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

###### 1. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang berguna dan pertimbangan yang bermanfaat untuk PT Rajawali Nusindo dalam menyikapi pelanggan dalam hal pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT Rajawali Nusindo.

###### 2. Manfaat Bagi Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih baik dan sebagai bahan kajian lanjutan untuk bahan penelitian selanjutnya.



