

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, konsep pemasaran modern mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor, termasuk di bidang manufaktur. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya Perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama akan tetapi berbeda kualitas produk, design yang beragam, harga yang bervariasi dan juga layanan.

Pelanggan pun akan bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produsen untuk membuat produk yang diinginkannya. Pelanggan tidak lagi memesan produk kepada produsen sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk, mulai dari kualitas bahan baku, proses produksi, *quality control* (QC) setelah produk jadi, hingga harga dan sistem pembayaran.

Kompetisi industri manufaktur di Indonesia tampak semakin intens sebagai akibat dari masalah pandemi Covid-19 dan juga peperangan yang terjadi antara Rusia – Ukraina. Hal ini mengakibatkan melemahnya pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia. Sehingga para pelaku industri kesulitan dalam

memperoleh suku cadang (*spart part*) yang dibutuhkan dan melonjaknya biaya perolehan produk.

Begitu pula Politeknik Manufaktur Bandung (Polman Bandung) sebagai lembaga pendidikan tinggi yang selain menyelenggarakan program pendidikan juga melakukan kegiatan bisnis harus melakukan perubahan-perubahan agar kegiatan bisnis yang dijalankan sebagai dasar penyelenggaraan program praktik bagi mahasiswanya dapat berkembang kearah yang lebih baik, dan dapat menunjang biaya untuk kegiatan operasional pendidikan maupun untuk membantu memberikan kesejahteraan kepada pegawainya.

Polman Bandung yang beroperasi mulai tahun 1976 merupakan politeknik pertama di Indonesia yang didirikan atas dasar Kerjasama antara pemerintah Indonesia dan pemerintah Swiss. Sejak awal pendirian orientasi program pendidikannya menekankan pada teknologi terapan, khususnya dalam bidang manufaktur. Sejak tahun 1980-an Polman Bandung mulai mempersiapkan untuk terjun kearah kerja sama dengan industri dengan cara melakukan berbagai pelayanan-pelayanan kepada industri antara lain mewujudkan kegiatan bisnis dengan melakukan pelayanan pembuatan dan pengembangan produk sesuai permintaan pelanggan (*Job Order*). Hal ini dilakukan karena Polman Bandung menyadari akan tuntutan arah perkembangan industrialisasi di Indonesia, sehingga sejak tahap awal berdirinya selalu berupaya secara terpadu dengan program Pendidikan untuk membangun kemitraan kerja atau link yang melembaga dengan dunia usaha / bisnis dalam hal pengembangan teknologi yang relevan atau *match* dengan kebutuhan pasar.

Untuk memenuhi kebutuhan industri, sejak tahun ajaran 1996 Polman Bandung telah mengembangkan sistem Pendidikan dari Practical Based Education menjadi Production Based Education (PBE), dimana Pendidikan praktik keterampilan tidak lagi di berikan secara terstruktur melainkan di sesuaikan dengan tuntutan pengembangan produk yang dipesan oleh industri, sehingga melalui implementasi konsep PBE ini diharapkan sistem Pendidikan di Polman Bandung semakin relevan dengan kebutuhan pembangunan (khususnya industri), kualitas Pendidikan dan produknya mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional.

Sejalan dengan tantangan yang dihadapi, Polman Bandung terus berusaha mengembangkan diri menjadi lebih professional dalam bidang teknologi manufaktur. Hal ini dapat terlihat dari fakta yang didapatkan dari lapangan yang tertuang didalam presentasi pesanan barang produksi pengecoran logam dalam 5 tahun terakhir.

Tabel. 1.1

Data Pelanggan Pengecoran Logam

NO	TAHUN	JUMLAH PELANGGAN
1	September 2018 – Agustus 2019	273
2	September 2019 – Agustus 2020	34
3	September 2020 – Agustus 2021	5
4	September 2021 – Agustus 2022	268
5	September 2022 – Agustus 2023	260
Jumlah		840

Sumber: Data Primer

“Tujuan perusahaan terkait dengan pemasaran saat ini telah bergeser dari akuisisi pembeli menuju loyalitas pelanggan. Banyak perusahaan tidak lagi memfokuskan aktivitas pemasarannya hanya pada pencarian pembeli baru. Akan tetapi, terfokus pada usaha mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Program loyalitas pelanggan merupakan salah satu cara efektif untuk meraih tujuan tersebut. Loyalitas Pelanggan terkini yang dijalankan oleh perusahaan dari berbagai macam industry.

Menurut Aang Curatman, Agus Suroso, Suliyanto dalam buku berjudul Program Loyalitas Pelanggan. Deepublish, 1 Agu 2020 - 76 halaman¹

Kualitas produk suatu unsur penting untuk membangun suatu rasa loyalitas pelanggan pada suatu produk. Jika kualitas produk sesuai dengan harapan yang dijanjikan akan menciptakan rasa kepuasan. Hal ini akan menciptakan keinginan untuk membeli secara berulang. Dengan demikian untuk memenuhi kepuasan pelanggan harus memperhatikan kualitas dari produk untuk menciptakan kesan yang baik, sehingga akan mempengaruhi untuk tetap melakukan pembelian secara berulang di masa yang akan datang.

Sedangkan menurut Ahmad, Rois, H. (2018)². Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Resto Ayam Nelongso Sawojajar). E-Jurnal Riset Manajemen, 124–135.

Dan pendapat dalam jurnal Anjani, S., & Djamaluddin, S. (2018). Effect of Product Quality and Price on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.

International Journal of Business and Management Invention (IJBMI) ISSN, 7(8), 13–20.³

Data variabel Loyalitas Pelanggan (Y) yang penulis lakukan dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.2
Hasil Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Saya tetap ingin bekerjasama dengan POLMAN Bandung di masa mendatang	31	52,5%	28	47,5%
2	Saya akan kembali membeli produk pengecoran logam dari POLMAN Bandung	27	45,8%	32	54,2%
3	Saya tidak tertarik untuk bekerjasama dalam hal pembuatan produk pengecoran logam selain dengan POLMAN Bandung	19	32,2%	40	67,8%
Rata-rata		43,5%		56,5%	

(Sumber: Data Primer Diolah)

Hasil pra-survey mengenai variabel loyalitas pelanggan, pada faktor tetap ingin bekerjasama dengan POLMAN Bandung di masa mendatang, responden memberikan nilai F (Ya) sebesar 31 atau 52,5% dan F (Tidak) sebesar 28 atau 47,5%. Faktor akan kembali membeli produk pengecoran logam dari POLMAN Bandung, responden memberikan nilai F (Ya) sebesar 27 atau 45,8% dan F (Tidak) sebesar 32 atau 54,2%. Faktor tidak tertarik untuk bekerjasama dalam hal pembuatan produk pengecoran logam selain dengan POLMAN Bandung,

responden memberikan nilai F (Ya) sebesar 19 atau 32,2% dan F (Tidak) sebesar 40 atau 67,8%.

Dari hasil pra-survey variabel loyalitas pelanggan dapat diketahui bahwa tetap ingin bekerjasama dengan POLMAN Bandung di masa mendatang direspon positif sebesar 52,5%, sedangkan akan kembali membeli produk pengecoran logam dari POLMAN Bandung di respon negatif sebesar 54,2%, dan tidak tertarik untuk bekerjasama dalam hal pembuatan produk pengecoran logam selain dengan POLMAN Bandung di respon negatif sebesar 67,8%.

Variabel loyalitas pelanggan diketahui bahwa nilai negatif terbesar adalah tidak tertarik untuk bekerjasama dalam hal pembuatan produk pengecoran logam selain dengan POLMAN Bandung di respon negatif sebesar 67,8%.

Responden menilai bahwa pelanggan tidak merasa puas dengan penetapan harga produk pengecoran logam oleh Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN). Harga merupakan variabel yang mempunyai hubungan dengan loyalitas pelanggan. Harga juga akan dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan tindakan memutuskan membeli atau tidak terhadap sebuah produk. Jika harga produk sesuai dengan kualitas yang diberikan maka loyalitas pelanggan akan semakin tinggi.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alam & Mahanani (2022) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan D'Besto Darmaga Caringin Cabang Bogor Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, teknik pengambilan

sampel menggunakan teknik purposive sampling dan jumlah sampel penelitian adalah 87 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesisnya adalah uji t, uji F dan koefisien determinasi yang diolah dengan software SPSS Version. 21. Semua nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga baik secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan D' Besto Darmaga Caringin Cabang Bogor, Jawa Barat. Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Loyalitas Pelanggan.

Di kalangan industri, POLMAN Bandung telah dikenal sebagai lembaga mitra profesional untuk pelatihan, konsultasi teknik, produksi dan pengujian material. Kualitas dari profesionalisme kami telah memperoleh pengakuan luas dari kalangan industri serta memenuhi standar mutu internasional ISO 9001:2015 serta ISO 17025/KAN. Jaringan kemitraan dengan berbagai industri di dalam negeri dan mancanegara adalah salah satu keunggulan kami dalam merespon tuntutan perkembangan kebutuhan dunia industri.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari et.al (2022) pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada produk Frozen Food CHAMP di Hypermart Lippo Cikarang dengan menggunakan metode jenis purposive sampling terhadap 100 responden dan proses pengujian menggunakan program aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan

untuk Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selanjutnya, penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Terbukti bahwa nilai berpengaruh tidak langsung $<$ berpengaruh langsung, yaitu $0,360 < 0,491$. Diharapkan dengan terdapatnya penelitian ini produk Frozen Food CHAMP di Hypermart Lippo Cikarang lebih memperhatikan kualitas produk sehingga dapat menambah tingkat kepuasan pelanggan dan juga akan menumbuhkan loyalitas kepada para pelanggan. Selain itu, bisa memperbaiki kualitas produk dan variable lain untuk mengetahui faktor yang lebih berpengaruh sebagai variabel intervening terhadap loyalitas pelanggan.

Produk yang berkualitas pastinya sangat menentukan tingkat penjualan dan merupakan poin penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas produk yang lemah akan sangat sulit bertahan dipasaran dan dapat merusak reputasi perusahaan. Kualitas produk menjadi salah satu tolak ukur untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk dalam melaksanakan fungsinya sesuai yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar konsumen.

Adapun beberapa data hasil pra survei mengenai variabel Kualitas Produk (X1) yang penulis lakukan, dapat dilihat pada tabel 1.3 di bawah ini:

Tabel 1.3
Hasil Mengenai Variabel Kualitas Produk

No	Pertanyaan Kualitas	Jawaban Responden			
		YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Ketahanan atau keandalan produk pengecoran logam Polman Bandung sesuai dengan harapan pelanggan	28	47,5%	31	52,5%
2	Fitur produk pengecoran logam Polman Bandung sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam kontrak Kerjasama	29	49,2%	30	50,8%
3	Produk pengecoran logam Polman Bandung hemat terhadap suku cadang	25	42,4%	34	57,6%
Rata-rata			46,36%		53,64%

(Sumber: Data Primer Diolah)

Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan penulis mengenai variabel kualitas produk, pada faktor ketahanan atau keandalan produk pengecoran logam Polman Bandung sesuai dengan harapan pelanggan, responden memberikan nilai F (Ya) sebesar 28 atau 47,5% dan F (Tidak) sebesar 31 atau 52,5%. Faktor fitur produk pengecoran logam Polman Bandung sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam kontrak kerjasama, responden memberikan nilai F (Ya) sebesar 29 atau 49,2% dan F (Tidak) sebesar 30 atau 50,8%. Faktor produk pengecoran logam Polman Bandung hemat terhadap suku cadang, responden memberikan nilai F (Ya) sebesar 25 atau 42,4% dan F (Tidak) sebesar 34 atau 57,6%.

Dari hasil pra-survey variabel kualitas produk dapat diketahui bahwa ketahanan atau keandalan produk pengecoran logam Polman Bandung direspon

negatif sebesar 52,5%, sedangkan fitur produk pengecoran logam Polman Bandung di respon negatif sebesar 50,8%, dan produk pengecoran logam Polman Bandung hemat terhadap suku cadang di respon negatif sebesar 57,6%.

Variabel kualitas produk diketahui bahwa nilai negatif terbesar adalah Produk pengecoran logam Polman Bandung hemat terhadap suku cadang dengan nilai negatif 57,6%. Responden menilai bahwa produk pengecoran logam yang di produksi oleh Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) hemat terhadap suku cadang belum sesuai dengan harapan pelanggan .

Selain loyalitas dipengaruhi oleh kualitas produk juga dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan, hal ini sesuai dengan hasil penelitian Bab II studi empiris. Harga juga akan dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan tindakan memutuskan membeli atau tidak terhadap sebuah produk. Jika harga produk sesuai dengan kualitas yang diberikan maka loyalitas pelanggan akan semakin tinggi. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad ef.al (2020) untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu untuk mengetahui variabel mana diantara Variabel Harga dan Variabel Kualitas Produk yang paling mempengaruhi pelanggan telkomsel tetap menggunakan telkomsel sehingga dapat dinyatakan sebagai pelanggan yang Memiliki Loyalitas. Penelitian ini dilakukan di kota Cimahi dengan data pelanggan telkomsel cukup banyak walaupun dengan Jumlah wilayah kecamatan yang sedikit dan luas wilayah tidak besar, Metode penelitian Kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Penyebaran Kuisisioner bagikan kepada para pelanggan telkomsel. Dalam penelitian ini Penggunaan SPSS sebagai media untuk

mengolah data. Untuk hasil penelitian menunjukkan pengaruh harga dan kualitas produk positif. Namun sesuai hasil hitung menggunakan SPSS bahwa faktor kualitas produk paling mempengaruhi pelanggan tetap loyal menggunakan telkomsel.

Sedangkan data hasil pra survei mengenai variabel Harga (X2) yang penulis lakukan dapat dilihat pada tabel 1.4 dibawah ini:

Tabel 1.4
Hasil Mengenai Variabel Harga

No	Pertanyaan Harga	JawabanResponden			
		YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Penetapan harga produk pengecoran logam Polman Bandung sesuai dengan harapan pelanggan	21	35,6%	38	64,4%
2	Harga produk pengecoran logam Polman Bandung kompetitif dengan harga produk yang sejenis dengan kompetitor	21	35,6%	38	64,4%
3	Purna jual produk pengecoran logam Polman Bandung sesuai dengan harapan pelanggan	22	37,3%	37	62,7%
Rata-rata			36,27%		63,73%

(Sumber: Data Primer Diolah)

Hasil pra-survey mengenai variabel harga, pada faktor penetapan harga produk pengecoran logam Polman Bandung sesuai dengan harapan pelanggan, responden memberikan nilai F (Ya) sebesar 21 atau 35,6% dan F (Tidak) sebesar 38 atau 64,4%. Faktor harga produk pengecoran logam Polman Bandung kompetitif dengan harga produk yang sejenis dengan kompetitor, responden

memberikan nilai F (Ya) sebesar 21 atau 35,6% dan F (Tidak) sebesar 38 atau 64,4%. Faktor purna jual produk pengecoran logam Polman Bandung sesuai dengan harapan pelanggan, responden memberikan nilai F (Ya) sebesar 22 atau 37,3% dan F (Tidak) sebesar 37 atau 62,7%.

Dari hasil pra-survey variabel harga dapat diketahui bahwa penetapan harga produk pengecoran logam Polman Bandung direspon negatif sebesar 64,4%, sedangkan harga produk pengecoran logam Polman Bandung kompetitif dengan harga produk yang sejenis dengan kompetitor di respon negatif sebesar 64,4%, dan purna jual produk pengecoran logam Polman Bandung di respon negatif sebesar 62,7%.

Variabel harga diketahui bahwa nilai negatif terbesar ada pada penetapan harga produk pengecoran logam Polman Bandung dan harga produk pengecoran logam Polman Bandung kompetitif dengan harga produk yang sejenis dengan kompetitor nilai negatif 64,4%. Responden menilai bahwa penetapan harga produk pengecoran logam oleh Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) masih dianggap terlalu mahal.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) dalam menghadapi persaingan adalah menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, hal ini dilakukan oleh Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) agar dapat memanfaatkan umpan balik dari pelanggan untuk menghasilkan kualitas produk dan harga yang terbaik untuk kedua belah pihak. Menurut Bashu Swastha⁶ (dalam Nasution dkk, 2020) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan

sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian.

Dalam membangun kerjasama dengan mitra *supplier*/produsen bahan baku untuk menunjang kelancaran dan kelangsungan produksi, Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) masih menghadapi berbagai kendala. Masalah ini seringkali mempengaruhi gagalnya negosiasi penawaran pesanan barang produksi karena ada beberapa faktor yang mengakibatkan tidak tercapainya kata sepakat.

Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) dalam mengelola permintaan dari konsumen selalu melakukan uji produk sampel sebelum produksi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui secara akurat komposisi kandungan bahan baku yang digunakan pada produk sampel, sehingga data yang diperoleh dapat menjadi acuan untuk memproduksi produk pesanan konsumen sesuai kualitas yang diinginkan oleh konsumen.

Kualitas kontrol (*Quality Control*) untuk semua produk dilakukan oleh Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) mulai dari tahap uji produk sampel, hingga produk sudah jadi dengan melibatkan riset lab untuk mendapatkan data akurat mengenai kualitas produk yang telah dibuat. Membangun hubungan yang baik dengan para *supplier* bahan baku, terus dilakukan oleh Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) agar dapat terus menjaga ketersediaan bahan baku yang berkualitas baik secara berkesinambungan. Bahkan Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) selalu mengamati para kompetitor agar dapat

memberikan kualitas produk yang terbaik dengan harga yang kompetitif kepada semua konsumen.

Berkaitan dengan berbagai masalah dan kendala yang di hadapi oleh Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN), maka penulis menetapkan Judul Penelitian Skripsinya “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengecoran Logam”.

Segala bentuk aktivitas haruslah mempunyai tujuan karena tujuan akan memberikan arah kemana penelitian ini dilaksanakan, dan secara otomatis akan menentukan langkah-langkah yang harus dilalui untuk mencapai hasil sesuai yang dikehendaki. dengan memberikan gambaran yang realitis kepada Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) mengenai masalah dan kendala yang sedang di hadapi sehingga mampu menemukan solusi terbaik untuk meningkatkan daya saing usaha dengan para kompetitornya. Yaitu bagaimana meningkatkan kualitas produk yang baik dengan harga yang kompetitif, sehingga pada akhirnya akan berpengaruh positif terhadap meningkatnya loyalitas pelanggan pengecoran logam terhadap Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN).

1.2 Identifikasi Masalah

Mengidentifikasi masalah adalah mencari masalah yang paling relevan dan menarik untuk diteliti. Dalam penelitian ini penulis menguraikan beberapa identifikasi masalah yang akan diteliti, diantaranya:

1. Kualitas Produk dan Harga Pengecoran Logam Polman Bandung belum dapat bersaing.

2. Kualitas Produk Pengecoran Logam Polman Bandung belum sesuai dengan harapan pelanggan.
3. Penetapan Harga Produk Pengecoran Polman Bandung masih terlalu mahal.
4. Kualitas Produk dan Harga Pengecoran Logam Polman Bandung yang ditawarkan berdampak pada rendahnya loyalitas pelanggan.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam mengidentifikasi masalah di penelitian skripsi ini, penulis menjumpai lebih dari satu masalah, dan tidak semua masalah tersebut dapat/layak untuk diteliti. Oleh sebab itu, penulis melakukan pemilihan/pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Masalah yang akan diteliti dibatasi pada permasalahan Kualitas Produk dan Harga Pengecoran Logam di Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN) saja tanpa meneliti/produk yang lain, dan tidak membahas kualitas produk dan harga pengecoran logam di perusahaan lainnya.
2. Obyek penelitian dibatasi kepada para pelanggan pengecoran logam. Agar dapat diketahui secara spesifik seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pengecoran logam di Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN).
3. Penelitian skripsi ini dibatasi waktunya tidak lebih dari 6 (enam) bulan, melalui metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan angket/kuesioner.

1.4 Perumusan Masalah

Setelah masalah diidentifikasi dan dipilih/dibatasi, maka selanjutnya penulis melakukan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap kualitas produk, harga dan loyalitas pada produk pengecoran logam di Polman Bandung.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pada pelanggan pengecoran logam di Polman Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap loyalitas pada pelanggan pengecoran logam di Polman Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pada pelanggan pengecoran logam di Polman Bandung.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh fakta atau prinsip dengan cara mengumpulkan dan menganalisis data yang dilaksanakan dengan jelas, teliti, sistematis dan dapat dipercaya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pengecoran logam di Politeknik Manufaktur Bandung. Dalam penelitian ini penulis menguraikan beberapa maksud dan tujuan penelitian yang akan dilakukan, diantaranya:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, harga dan loyalitas pelanggan pengecoran logam di Politeknik Manufaktur Bandung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pengecoran logam di Politeknik Manufaktur Bandung.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pengecoran logam di Politeknik Manufaktur Bandung.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pengecoran logam di Politeknik Manufaktur Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi memiliki banyak kegunaan/manfaat, diantaranya:

1. Manfaat teoritis; secara teoritis penelitian skripsi memberikan manfaat bagi dunia pendidikan. Kita tahu bahwa dunia pendidikan sebagai salah satu tujuan pokok utamanya adalah untuk mencerdaskan anak bangsa dan menjadi salah satu unsur utama untuk mengubah anak bangsa agar menjadi lebih baik.
2. Manfaat praktis; secara praktis penelitian skripsi ini bermanfaat bagi penulis, lembaga pendidikan dan ilmu pengetahuan itu sendiri. Secara personal (penulis skripsi), penelitian skripsi ini memberikan manfaat berupa ilmu pengetahuan dan wawasan baru.
3. Menjawab permasalahan/hambatan antara perusahaan dan pelanggan, setiap lembaga/perusahaan pasti menginginkan kualitas produknya dihargai secara baik oleh pelanggan, begitupun setiap pelanggan pasti berharap bahwa produk yang dibelinya dapat memberikan manfaat yang besar dengan harga perolehan yang wajar. Penelitian skripsi ini diharapkan mampu memberikan

solusi untuk mengatasi permasalahan/hambatan yang terjadi diantara perusahaan dengan pelanggan, sehingga kedua belah pihak dapat saling memberikan manfaat/keuntungan satu sama lain.

4. Pembaruan informasi; salah satu manfaat penelitian skripsi adalah *update* informasi. Informasi lama bisa di *update* dan diperbaharui lagi. Bagaimanapun juga, ilmu pengetahuan bersifat dinamis, tidak statis; setiap masa ilmu akan terus berkembang dan semakin berkembang.
5. Melahirkan kreativitas; bagi perusahaan kreativitas merupakan salah satu modal utama untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Maju tidaknya perusahaan tergantung dari daya cipta pegawainya itu sendiri.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Politeknik Manufaktur Bandung (POLMAN), yang beralamat di Jalan Kanayakan No. 21, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan, mulai pada Maret 2023 hingga Januari 2024.

Agar kegiatan penelitian Tugas Akhir yang penulis lakukan berjalan dengan baik, maka diperlukan adanya jadwal kegiatan penelitian. Adapun jadwal kegiatan penelitian secara umum dapat dilihat pada tabel 1.5 dibawah ini:

Tabel 1.5
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	1Tahun		
		Bulan 3-5	Bulan 6-12	Bulan 5-6
1	Identifikasi masalah dan tujuan masalah			
2	Studi lapangan			
3	Pengumpulan data			
4	Pengolahan data			
5	Analisis dan kesimpulan			
6	Penulisan laporan akhir			

(Sumber: Data Primer Diolah)

