

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam era digitalisasi yang berkembang saat ini, strategi pemasaran digital menjadi sangat penting dalam berbagai bisnis untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, salah satu industri yang berkembang adalah penjualan kitchen set. Kitchen set merupakan salah satu kebutuhan penting dalam sebuah rumah tangga yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Seiring dengan perkembangan zaman fungsi dapur menjadi semakin kompleks, hal ini dikarenakan memiliki cabinet yang didesain dengan baik merupakan salah satu aspek terpenting dari gaya hidup seseorang di era *modern*. Cabinet dapur atau yang juga di kenal dengan *kitchen set* sebagai tempat untuk menyimpan peralatan dapur dan makanan tapi tidak hanya itu fungsi *kitchen set* juga sebagai memfasilitasi persiapan makan. Setiap perangkat dapur dilengkapi dengan peralatan yang di perlukan untuk memasak, sehingga memudahkan dalam menyiapkan makanan. Semua alat yang diperlukan sudah tersedia untuk digunakan. Tanpa *kitchen set*, peralatan tidak dapat berfungsi dengan baik. Dapur lebih terorganisir. Saat menggunakan *kitchen set*, proses pembersihan juga akan lebih cepat dan efisien. Beberapa barang yang ada di dalam laci tidak akan berserakan dan akan di sortir, misalnya bumbu dapur dan peralatan makan dan masak akan disimpan di cabinet yang sesuai. Area dapur menjadi lebih bersih. Jika dirawat dengan baik, dapur Anda akan terlihat lebih bersih dan sehat. Saat ini banyak sekali model kitchen set yang mempunyai tampilan menarik dan sangat cantik. Dengan begitu, kehadiran kitchen set semakin menambah keindahan dapur.

Ada banyak desain kabinet yang tersedia saat ini yang dapat dipilih berdasarkan kebutuhan dan preferensi Anda. Dengan membuat kabinet yang sesuai dengan ukuran ruangan dan tren saat ini, ruangan akan menjadi lebih luas dan nyaman. kitchen set adalah salah satu perabot yang paling sering terlihat di dapur. Perabot yang dapat ditempatkan di ruang makan antara lain satu set meja makan, kitchen set, meja makan, dan masih banyak lagi.



**Gambar 1. 1 Kitchen set type L**

Jenis *kitchen set type L* biasanya digunakan untuk mengakomodasi ruang yang luas di dapur.



**Gambar 1. 2 Kitchen set type lurus**

Jenis *kitchen set* biasanya digunakan pada rumah yang memiliki area yang terbatas yang digunakan secara konsisten, bahkan seperti apartemen.



**Gambar 1. 3 Kitchen set type klasik**

Jenis *kitchen set* Klasik ini menggunakan warna-warna alami secara konsisten, yang secara konsisten menerapkan peringatan pada kayu atau batu-batuan alami. Bagi sebagian besar orang, penggunaan furnitur tradisional tidak akan dihentikan.

Meskipun demikian, Jenis Kitchen Set Klasik juga telah berevolusi dengan elemen-elemen yang lebih minimalis dan hidup.

Adapun juga material dalam pembuatan *kitchen set* kayu lapis atau sering disebut dengan nama multiplek adalah jenis material yang sangat tahan lama. Bahan dasar yang digunakan untuk kayu lapis atau multiplek adalah kulit berlapis yang dikompresi dengan tekan tinggi. Kayu lapis atau sering disebut dengan multiplek merupakan salah satu bahan dasar yang digunakan untuk membuat papan HMR. Khususnya di Dekoruma, menggunakan kayu meranti yang merupakan salah satu jenis kayu yang paling indah dan berkualitas tinggi.

Kelebihan material multiplek. Multiplek atau yang sering dikenal dengan triplek memiliki tekstur lapisan kayu yang cukup kuat, sehingga membuatnya lebih kokoh dan memiliki daya hantar udara yang baik. Multiplek yang juga dikenal dengan nama plywood ini digunakan sebagai bahan material dapur, terutama dapur basah, karena daya tahan udara yang baik, hal ini dilakukan agar multiplek tahan terhadap pemuatan dan tidak mudah melengkung. Multiplek terbuat dari kombinasi kayu dan kulit kayu, dimana bagian terluarnya lebih kuat dibandingkan bagian dalamnya. Dengan beberapa kelebihan yang dimiliki multiplek, material ini cukup cocok untuk membangun perabot rumah tangga, salah satunya kitchen set.

Kekurangan material multiplek. Beberapa perabot yang dibuat dengan bahan ini akan lebih mahal daripada yang dibuat dengan bahan lain karena kemampuan strukturnya untuk membuat multiplek jika dibandingkan dengan harga yang lebih mahal. Namun, harga tersebut sesuai dengan kualitas bahan yang digunakan.

Material HPL atau *High Pressure Laminate* adalah bahan pelapis yang terbuat dari lembaran yang digunakan sebagai sentuhan akhir pada furnitur atau mebel. HPL terbuat dari bahan resin dan kertas hias dengan berbagai macam warna dan corak.

Kelebihan material *High Pressure Laminate* HPL memiliki beberapa keunggulan, termasuk fakta bahwa HPL sangat praktis untuk digunakan dan ada banyak jenis peringatan dan corak yang dapat digunakan. Selain itu, HPL lembaran juga mudah dipasang, serta aman dan ramah lingkungan. Mengenai masalah harga, Anda tidak perlu khawatir karena harga HPL sangat kompetitif

Kekurangan material *High pressuare* Laminate Secara estetika, corak dan warna dengan HPL pada dasarnya kalah dengan sentuhan akhir seperti cat duco yang tampil jauh lebih elegan dan gagah.

Oleh karena itu, penjual kitchen set harus memperhatikan strategi pemasaran digital, nilai pelanggan, dan harapan pelanggan untuk menjaga loyalitas pelanggan. Pemasaran digital tidak hanya memberi bisnis akses yang lebih luas untuk menjangkau target pasarnya, namun juga memungkinkan mereka membangun hubungan pelanggan yang lebih dekat. Dalam hal penjualan kitchen set, strategi digital marketing yang tepat dapat membantu bisnis menarik perhatian konsumen, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini sangat penting mengingat banyaknya pilihan yang tersedia bagi konsumen di pasar.

**Tabel 1. 1**  
**Data penjualan Kitchen set periode 2021-2023**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Penjualan Perunit dalam Tiga Tahun</b>
<b>2021</b>	<b>21</b>
<b>2022</b>	<b>10</b>
<b>2023</b>	<b>5</b>

Sumber: informan Owner Kitchen Set

Berdasarkan data perkiraan penjualan di table 1.1 yang diperoleh dari informan *owner kitchen set* menunjukkan jumlah penjualan *kitchen set* yang terjadi pada tahun 2021 – 2023 mengalami penurunan. Berdasarkan informasi yang di sajikan diatas, dapat diamati bahwa tingkat loyalitas pelanggan dalam produk *kitchen set* cenderung mengalami penurunan yang berdampak pada penurunan loyalitas pelanggan. Fenomena penurunan terendah yang teridentifikasi pada tahun 2023 mencerminkan bagian penurunan produk *kitchen set terhadap loyalitas pelanggan*. Penurunan tersebut diprediksi oleh berbagai macam hal, seperti strategi digital marketing, *Customer value*, dan *Customer expectation*.

Kosep pemasaran digital bearasal dari internet dan search engines (mensing pencari) pada situs (Puwarna, Rahmi, & Aditya, 2017)dalam (Zusrony & Kom,

2019) Pemasaran digital yakni aktivitas pemasaran yang mencakup pengenalan merk( branding) yang memakai bermacam jejaring sosial, contohnya: situs, situs, email, adwords, ataupun social network. Digital marketing pula bisa didefinisikan selaku pelaksanaan teknologi digital yang membentuk saluran online ke market( pasar) yakni lewat e- mail, database, situs, jejaring sosial, podcast, feed, serta situs yang meberikan satu buah donasi kepada kegiatan pemasaran berbentuk dan meberikan benefit serta memajukan ikatan yang baik dengan pelanggan (Chaffey,2015). Tujuan Digital Marketing buat owner bisnis yakni buat memperoleh memasarkan produk mereka dari mana saja serta kapan saja lewat internet. Prevelensi internet dalam bermacam aspek kehidupan manusia membuat sector bisnis selaku sector yang sangat berpengaruh serta sangat segera bekembang selaku hasil dari pertumbuhan teknologi data.

Digital marketing (Zurrony & Kom, 2019) ialah sebuah kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk memanfaatkan jejaring sosial atau internet. Tujuan digital marketing ialah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita mengerti, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak terkejut kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan perusahaan. Akibatnya, perusahaan saling berkompetisi membuat konten yang memikat untuk ditampilkan dalam pemasarannya di jejaring sosial. Survey yang dilakukan sepanjang tahun 2016 oleh Asosiasi Penyelenggara jaringan Internet Indonesia (APJII) 3 mengatakan bahwa 132,7 juta orang atau lebih dari setengah penduduk Indonesia telah menggunakan internet.

Menurut Menurut (Kotler & Keller (2016), customer value ialah selisih antara penilaian pelanggan prospektif atas semua memanfaatkan dan biaya dari suatu penawaran terhadap alternatifnya. Nilai total pelanggan (total customer value) ialah nilai moneter gabungan manfaat ekonomi, fungsional, dan psikologis yang diinginkan pelanggan dari suatu penawaran pasar yang karena oleh produk, jasa, personel, dan citra yang terlibat.

*Customer value* ialah salah satu factor kunci menentukan keputusan sebuah pembelian saat ini, pelanggan tidak hanya menentukan produk berkualitas tinggi, namun juga pemahaman belanja yang memuaskan dalam industry kitchen set, nilai

ini mencakup berbagai aspek seperti kualitas bahan, desain produk, pelayanan, dan kemudahan proses pembelian. Oleh karena itu agar perusahaan bertahan dalam persaingan, mereka harus menangkap nilai yang memenuhi harapan pelanggan.

Harapan pelanggan (*customer expectation*) diyakini memiliki peranan yang besar dalam evaluasi kualitas jasa dan kepuasan pelanggan. Harapan pelanggan pada dasarnya ada hubungan yang erat antarpemenuhan kualitas dan kepuasan pelanggan Fatihudin (2019).

*Customer expectation* memainkan peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan, harapan-harapan ini dapat dipengaruhi oleh pemahaman masa lalu, rekomendasi dari orang lain, dan informasi yang diterima melalui sosial media dan platform online. Ketika ekspektasi pelanggan terpenuhi atau terlampaui, loyalitas merek cenderung meningkat. Sebaliknya, jika harapan mereka tidak terpenuhi akan segera beralih ke pesaing.

Menurut Kotler (2018) mencetuskan bahwa loyalitas ialah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Loyalitas pelanggan ialah modal berharga bagi bisnis, terutama dalam industri kompetitif seperti penjualan kitchen set. Pelanggan setia tidak hanya terus membeli produk anda, tetapi mereka juga menjadi brand duta yang merekomendasikan produk anda kepada orang lain. Oleh karena itu, membangun loyalitas pelanggan telah menjadi fokus utama banyak perusahaan. Strategi pemasaran digital yang efektif dapat membantu bisnis meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas jangka panjang.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara strategi pemasaran digital, nilai pelanggan, dan harapan loyalitas pelanggan dalam bisnis kitchen set. Dengan memahami hubungan ini, kami berharap dunia usaha dapat mengembangkan strategi yang lebih baik untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Studi ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan

bahwa pemasaran digital berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Dalam Ilham (2022) menemukan bahwa strategi pemasaran digital yang tepat dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan temuan (dalam Ekonomi Bisnis et al., n.d.) yang menekankan pentingnya memahami nilai yang dirasakan pelanggan dalam konteks pengalaman belanja online. Studi ini didasarkan pada temuan ini dan memberikan perspektif baru tentang penjualan kitchen set.

Selain itu, (Masito (2021) mengemukakan bahwa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan jejaring sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran digital meningkatkan interaksi pelanggan, yang pada akhirnya mempengaruhi positif pada loyalitas, hal ini menunjukkan pentingnya penggunaan platform digital untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

Masito (2021) “pengaruh digital marketing dan *customer relationship marketing* kepada loyalitas konsumen pada produk air minum *cheers*” (studi PT. ATLANTIC BIRURAYA) menyatakan dalam sebuah penelitian Nilai T hitung variabel digital marketing (X1) sebesar 4,390, nilai P value sebesar 0,000, dan nilai kurang dari 0,05. Oleh karena itu, keputusannya ialah menolak H0 dan menerima. Variabel digital marketing mempunyai berdampak positif atau berbanding lurus terhadap loyalitas konsumen PT. Birlaya Atlantik.

Woro Mardikawati dan Naili Farida (2013) dalam (Mangantar & Mandagie, 2022) dengan judul “Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan kepada loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan bus efisiensi” (Studi Efisiensi PO Biro Yogyakarta-Cilacap) menyatakan dalam sebuah penelitian. Tujuannya ialah untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan *Efficiency Bus*. Hasil survei ini adalah sebagai berikut: (1) Responden puas terhadap pelayanan bus yang efisien. (2) Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka PO akan semakin efisien. (3) Responden yang puas dengan penggunaan layanan bus yang efisien meletakkan dasar bagi hubungan jangka panjang dengan perusahaan. (4) Pelanggan membentuk dan bertindak berdasarkan harapan tentang nilai dan mempertimbangkan serta mengevaluasi produk yang menawarkan nilai paling

tinggi.(5) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Syarifuddin Hasan (2014)dalam (Mangantar & Mandagie, 2022) menyatakan dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Nilai Pelanggan kepada Kepuasan dan Loyalitas (Studi Kasus Pada BMT Cengkareng). Tujuannya untuk mengetahui hubungan langsung antara nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa nilai pelanggan mempunyai dampak signifikan kepada layanan yang diinginkan, namun berdampak negatif kepada loyalitas. Artinya ketika ekspektasi dan kepuasan pelanggan terlalu tinggi maka loyalitas pelanggan menurun.Penelitian saat ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Oleh karena itu, ketika pelayanan yang baik meningkat, loyalitas pelanggan juga meningkat.

Indriani (2024) berdampak ekspektasi pelanggan dan bauran promosi kepada loyalitas konsumen di cv ekajaya cikarang”, mengemukakan pada penelitian. Hasil analisis data menunjukkan nilai thitung sebesar 8,270 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,974 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, terdapat dampak yang signifikan antara harapan pelanggan (X1) kepada loyalitas konsumen (Y).Hipotesis pertama (H1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harapan pelanggan kepada loyalitas konsumen diterima.Koefisien regresi sebesar 0,391 menunjukkan bahwa peningkatan ekspektasi pelanggan sebesar satu satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,391.Hal ini menegaskan pentingnya harapan pelanggan dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas pelanggan.Hasil analisis data menunjukkan nilai t hitung sebesar 8,270 lebih besar dari t tabel sebesar 1,974 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harapan pelanggan (X1) kepada loyalitas pelanggan (Y).Hipotesis pertama (H1) terdapat dampak positif dan signifikan antara harapan pelanggan kepada loyalitas konsumen diterima.Koefisien regresi sebesar 0,391 menunjukkan bahwa peningkatan ekspektasi pelanggan sebesar satu satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,391.Hal ini menyoroti pentingnya harapan pelanggan dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan fenomena yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang “**Strategi Digital**



## **Marketing, *Customer Value* dan *Customer Expectation* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Kitchen Set* di Jakarta”**

### **B. Perumusan Masalah**

1. Apakah strategi digital marketing berdampak kepada Loyalitas pelanggan produk *kitchen set* di Jakarta?
2. Apakah *customer value* berdampak kepada loyalitas pelanggan produk *kitchen set* di Jakarta?
3. Apakah harapan pelanggan (*customer expectation*) berdampak kepada Loyalitas pelanggan produk *kitchen set* di Jakarta?

### **C. Tujuan dan Kegunaan penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui dan menganalisis menerapkan strategi digital marketing produk *kitchen set* untuk loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis *customer value* dalam loyalitas pelanggan *kitchen set*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis harapan pelanggan (*customer expectation*) produk *kitchen set* dalam loyalitas pelanggan.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Data informasi dan hasil yang diperoleh dari pelaporan tugas akhir diharapkan dengan dapat memberikan manfaat yang signifikan baik untuk perusahaan maupun lingkup akademis. Beberapa manfaat dari kajian ini meliputi.

#### 1. Bagi Perusahaan

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan kajian ilmu untuk strategi pemasaran digital khususnya untuk mendapatkan *customer value*, *customer expectation* dan loyalitas pelanggan dengan baik.

#### 2. Bagi Akademis.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk penelitian terkait bidang strategi digital marketing, *customer value* dan *customer expectation* terhadap loyalitas pelanggan.