

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suku cadang (*spare parts*) adalah bagian dari alat, mesin, atau kendaraan yang disiapkan untuk penggantian. Penggantian bagian tersebut perlu atau harus dilakukan karena terjadinya keausan, kerusakan oleh sebab dari luar atau tidak berfungsinya komponen tersebut sesuai dengan standar kinerja yang diharapkan. Penyediaan suku cadang adalah suatu keharusan, untuk menjamin bahwa alat, mesin, atau kendaraan dapat tetap bisa berdayaguna setidaknya selama umur ekonomisnya. Di Indonesia banyak alat, mesin, atau kendaraan digunakan jauh lebih lama dari umur ekonomisnya, sehingga suku cadang yang harus disediakan juga mencakup tipe alat, mesin, dan kendaraan yang masih banyak digunakan oleh masyarakat. (sinarsejahterakarawang.blogspot.co.id).

Berdasarkan data pertumbuhan produksi kendaraan baik jenis motor, kendaraan penumpang, hingga angkutan barang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Jumlah kendaraan yang beroperasi di Indonesia begitu banyak dan hal ini tentunya sebuah peluang bisnis bagi peritel suku cadang atau *spare parts*. Berikut ini data jumlah kendaraan dari tahun 2012 hingga 2015 pada tabel 1.1:

Tabel 1.1 Pertumbuhan Produksi Kendaraan di Indonesia

Jenis	2012	2013	2014	2015
Motor	77.500.000	86.225.300	95.710.083	108.152.394
Pertumbuhan		11%	11%	13%
Mobil Penumpang	9.524.000	10.540.000	11.910.200	13.696.730
Pertumbuhan		11%	13%	15%
Mobil Barang	4.723.000	5.156.000	5.620.040	6.013.443
Pertumbuhan		9%	9%	7%

sumber : sinarsejahtera

Kendaraan penumpang dijual dalam jumlah yang jauh lebih banyak untuk setiap tipenya dan tersebar luas di berbagai wilayah sehingga suku cadang yang harus

disediakan juga cukup banyak. Dengan demikian pertumbuhan bisnis yang diduga dari permintaan suku cadang kendaraan dapat diprediksi dari besarnya permintaan atau penjualan kendaraan. Besarnya pertumbuhan penjualan kendaraan penumpang didukung oleh skema pembiayaan yang beragam dan mudah diakses oleh masyarakat yang berminat memiliki kendaraan tersebut seperti berapa banyak oli mesin yang dibutuhkan setiap bulannya atau periode tertentu yang umumnya paling lama berlangsung tiga bulan sekali akan mengganti oli tergantung pemakaian, belum untuk suku cadangnya. Permintaan suku cadang juga dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, pada saat daya beli menurun pemilik kendaraan cenderung menunda pergantian suku cadangnya sepanjang masih bisa berfungsi walaupun petunjuk pemeliharaan kendaraan sudah merekomendasikan penggantian. (sinarsejahterakarawang.blogspot.co.id/2016/03/bisnis-suku-cadang-masih-memiliki.html)

Pentingnya peranan aki pada kendaraan membuat masyarakat berpatokan pada produk yang berkualitas dan berstandar internasional. Seperti halnya peranan Johnson Controls Incorporated, sebuah perusahaan asal Amerika Serikat yang bergerak di industri otomotif fokus pada produk, jasa, dan solusi untuk mengoptimasi energi dan efisiensi operasional pada bangunan, aki otomotif berbasis asam-timbal dan aki untuk mobil elektrik, serta sistem interior untuk kendaraan bermotor ([https://id.wikipedia.org/wiki/Johnson Controls](https://id.wikipedia.org/wiki/Johnson_Controls)). Maka dari itu, suatu produk aki yang telah tersertifikasi oleh Johnson Controls Incorporated secara produk berkualitas standar internasional.

NS merupakan aki pionir dan bergaransi resmi pertama di Indonesia diproduksi oleh PT. Nipress, Tbk. dan telah mendistribusikan produknya baik nasional maupun internasional. Tetapi walaupun demikian aki NS tetap tidak menghendaki para pelanggannya beralih ke produk lain. Oleh sebab itu, tuntutan untuk selalu menjadi yang terbaik harus menjadi komitmen organisasi agar para pengguna kendaraan masih tetap setia untuk memakai aki NS ketika mengharuskan ganti aki kendaraan (Suryanto, 2015). PT. Anugerah Jabar Prima (selanjutnya akan disebut PT. AJP), selaku distributor aki kering merek NS daerah

Jawa Barat selalu berusaha memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan memberikan kualitas produk sesuai kebutuhan dan harga yang kompetitif. Semua itu dilakukan dengan maksud tujuan agar para pelanggan dari PT. AJP loyal terhadap produk aki kering bermerek NS.

Kebijakan produk pada aki kering NS berkaitan dengan kualitas produk, produsen baterai PT. Nipress Tbk berkolaborasi dengan Johnson Controls untuk menerapkan teknologi *Xtreme Frame* pada komponen terpenting dalam aki seperti untuk grid atau bahan-bahan pembentuk plat dan berpengaruh besar terhadap performa aki (<https://otomotif.antaranews.com/berita/511012/nipress-gandeng-johnson-control-untuk-aki-ns-terbaru>). Adapun kelebihan kualitas aki kering NS dibanding merek lain adalah:

1. *Warranty*, bergaransi resmi dari 8 s.d. 18 bulan serta dilengkapi kartu garansi, pertama di Indonesia.
2. Laju penguapan air aki sangat rendah sehingga bebas perawatan.
3. *Xtreme Frame Grid*, teknologi terbaru untuk grid dan bahan-bahan pembentuk plat dalam aki sehingga performa umur baterai tahan lama.
4. *Factory Activated* (sudah terisi air zuur), konsumen tidak perlu mengisi air zuur pada aki dan memberikan tegangan listrik (*charging*), karena pada aki kering NS sudah siap pakai.
5. Desain *double cover* dan PP filter, yang bermanfaat agar tidak mudah bocor dan apabila ada ledakan pada aki lebih aman.

Berdasarkan data perusahaan di PT. AJP diketahui bahwa lini produk aki kering NS dibedakan dari lama nya garansi dan tipe kendaraan yang terdiri dari aki untuk roda dua dan roda empat, data selengkapnya terangkum pada tabel 1.2. Pada penggunaan roda dua dikelompokan untuk kendaraan bermotor yaitu tipe garansi NS Hawk(12 bulan) dan NS Eagle(18 bulan). Sedangkan untuk kendaraan bermobil memiliki tipe garansi NS Heavyduty(8 bulan), NS Jaguar(12 bulan) dan NS Cheetah(18 bulan). Dengan adanya pilihan garansi pada produk, perusahaan dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan dari segi produk dan harga.

Tabel 1.2 Lini Produk Aki Kering NS di Indonesia

Jenis Kendaraan	Tipe Produk	Jaminan Garansi
Motor (Roda Dua)	Hawk	12 bulan
	Eagle	18 bulan
Mobil (Roda Dua atau Lebih)	Heavyduty	8 bulan
	Jaguar	12 bulan
	Cheetah	18 bulan

Sumber : Data PT. AJP, 2017

Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan aki kering merek NS. Faktor penyebabnya antara lain adalah berkaitan dengan kualitas produk seperti banyaknya tingkat klaim aki yang rusak, lamanya pengembalian klaim aki pada konsumen, dan terjadinya pembatalan pengiriman pesanan dikarenakan stok tidak ada sedangkan permintaan pelanggan terhadap produk terus meningkat. Untuk lebih jelasnya data produk aki kering NS pada kendaraan motor dan mobil yang telah melakukan klaim aki karena rusak *pasca* pembelian produk pada PT. AJP tahun 2017 disajikan pada tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3 Jumlah Klaim Aki Kering NS di Bandung

Bulan	2017		Total
	Motor	Mobil	
Januari	37	30	67
Febuari	21	15	36
Maret	275	60	335
April	35	24	59
Mei	105	27	132
Juni	177	43	220
Juli	56	35	91
Agustus	123	63	186
September	84	59	143
Oktober	69	30	99
November	31	83	114
Desember	32	57	89

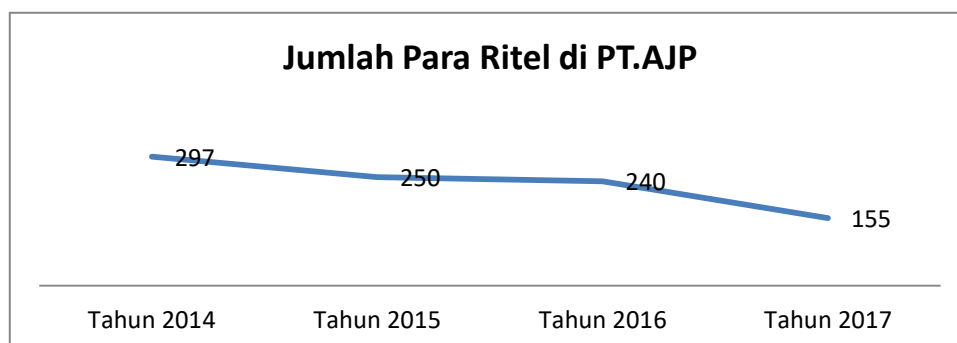
Sumber : Data PT. AJP, 2018

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, terlihat bahwa rata-rata setiap bulannya klaim aki kering NS di Bandung lebih mendominasi pada aki untuk motor yaitu setiap bulannya dapat mencapai 87 kasus daripada aki untuk mobil di kisaran 44 kasus

setiap bulannya. Proses terjadinya klaim diakibatkan oleh kualitas produk yang menurun, hal tersebut dikarenakan terlalu lama produk disimpan di pengecer/outlet karena persaingan antar merek aki yang ditawarkan, sehingga performa daya aki menurun yang berimbas pada saat pembelian konsumen akhir (*end user*) dapat memicu kerusakan aki, sehingga aki tidak layak dijual.

Untuk mencapai loyalitas para ritel berkaitan dengan memaksimalkan pencapaian penjualan pada perusahaan, aki kering NS memiliki strategi pemasaran melalui kualitas produk dan harga. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dalam pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Menurut Kotler (2013) mengenai kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai, atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Loyalitas para ritel aki kering NS merupakan aset bagi PT.AJP, dimana suatu produk yang berkualitas dan harga yang bersaing dapat memberikan kontribusi yang menguntungkan dikeduabelah pihak antara pemasok dan peritel, seperti halnya antara PT. AJP dengan para ritel aki kering NS di Bandung, berikut disajikan pertumbuhan jumlah para ritel aki kering NS yang telah terdaftar dari tahun 2014-2017 di PT. AJP pada gambar 1.1.



Sumber : Data PT. AJP, 2018

Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Para Ritel di PT.AJP tahun 2014-2017

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan peritel aki kering NS yang melakukan pembelian pada PT. AJP mengalami penurunan jumlah peritel dari tahun 2014 ke tahun 2015 dan pada tahun 2016 sampai 2017 para ritel aki kering NS mengalami penurunan drastis. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa para ritel aki kering NS yang ada di PT. AJP mengalami penurunan loyalitas.

Perbedaan harga antar merek aki yang berada di pasar tidak begitu mencolok karena setiap merek tersebut menerapkan harga yang sedang berlaku, yaitu penetapan harga sama atau persentase tertentu dibawah atau diatas harga pesaing. Namun demikian harga menjadi penentu dalam persaingan antar merek sehingga para ritel merasa puas dan membentuk loyalitas terhadap pemasok melalui diskon toko. Seperti pada tabel 1.4 dijelaskan perbandingan potongan harga untuk para ritel aki kering NS dengan kompetitor utama yaitu aki merek GS pada kendaraan roda dua atau lebih.

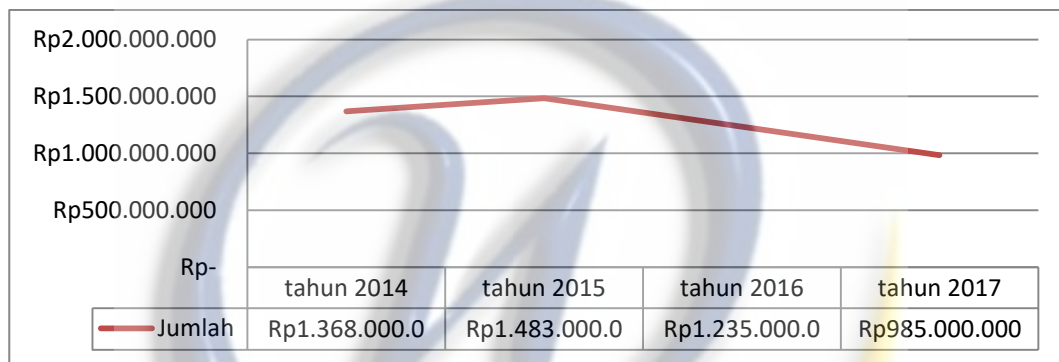
Tabel 1.4 Perbandingan Diskon Toko pada Aki Kering NS dengan Aki Kering GS

Produk Aki Kering	Jaminan Garansi	Daftar Harga		Diskon Toko	Harga Beli Toko	
		Terendah	Tertinggi		Terendah	Tertinggi
NS						
Roda dua	12 Bulan	Rp212.000	Rp262.000	24%	Rp161.120	Rp199.120
	18 Bulan	Rp234.000	Rp289.000	28%	Rp168.480	Rp208.080
Roda empat atau lebih	12 Bulan	Rp830.000	Rp1.780.000	23%	Rp639.100	Rp1.370.600
	18 Bulan	Rp894.000	Rp1.925.000	25%	Rp670.500	Rp1.443.750
	8 Bulan	Rp983.000	Rp3.414.000	16%	Rp825.720	Rp2.867.750
GS						
Roda dua	3 Bulan	Rp235.000	Rp280.000	20%	Rp188.000	Rp224.000
Roda empat atau lebih	12 Bulan	Rp859.000	Rp1.836.000	18%	Rp704.380	Rp1.505.520

Sumber : Data PT. AJP, 2018

Berdasarkan tabel diatas posisi harga beli toko yang ditawarkan oleh PT. AJP sangat menguntungkan bagi peritel aki kering NS, melalui diskon toko yang

didapat maka keuntungan dihitung dari selisih daftar harga dengan harga beli toko. Kemudian dari aspek lainnya dengan diskon toko yang didapatkan oleh para ritel lebih besar dibandingkan kompetitor yang telah memonopoli bisnis aki pada aki keing GS memberikan diskon toko lebih rendah dibandingkan dengan aki kering NS. Namun demikian ternyata fakta yang terjadi trend penjualan aki kering NS mengalami penurunan yang berakibat pada turunnya volume pendapatan PT.AJP hal ini ditunjukkan dengan data pendapatan aki kering NS selama tahun 2014 sampai tahun 2017.



Sumber : Data PT. AJP, 2018

Gambar 1.2 Data Pendapatan Aki Kering NS tahun 2014 – 2017

Dari data di atas terlihat ada kenaikan pendapatan dari tahun 2014 ke tahun 2015 dan pada tahun 2016 terjadi penurunan pendapatan sampai tahun 2017. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa pendapatan aki kering NS di PT. AJP cenderung mengalami penurunan.

Berbagai upaya yang dilakukan PT. AJP pada aki kering NS seperti menjaga kualitas produk dan menetapkan harga yang kompetitif ternyata belum mampu memuaskan pelanggannya untuk meningkatkan volume penjualan. Terbukti dari pra survei yang dilakukan oleh penulis terhadap 30 peritel produk aki kering NS secara acak dan menanyakan tanggapan mereka mengenai kualitas produk dan penetapan harga aki kering NS dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan teknik aksidental, menurut Sugiyono (2014:122) menyatakan bahwa teknik aksidental adalah sebagai berikut:

“Teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan / incidental bertemu dengan peneliti dan digunakan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”. Maka dari itu berikut ini hasil pra survei yang diperoleh peneliti dari peritel PT. AJP:

Tabel 1.5 Data Pra Survei pada 30 Peritel Aki Kering NS di PT. AJP

Bauran Pemasaran 7P + Loyalitas	No.	Pernyataan	Penilaian			Total
			setuju	kurang setuju	tidak setuju	
Product	1.	Ketahanan produk aki kering NS berstandar internasional	12	13	5	30
	2.	Aki kering NS merupakan produk aki kering bergaransi resmi	24	5	1	30
Price	3.	PT. AJP menyediakan potongan harga khusus bagi para ritel	9	11	10	30
	4.	Harga produk aki kering NS terjangkau	7	15	8	30
Place	5.	Kemudahan tempat penukaran aki klaim yang rusak	23	7	0	30
	6.	Lokasi kantor PT. AJP mudah dijangkau oleh para ritel	27	2	1	30
Promotion	7.	Alat promosi yang digunakan sudah sangat tepat	23	4	3	30
	8.	Promosi yang diberikan PT. AJP sesuai dengan yang sebenarnya	24	6	0	30
People	9.	Keluhan para ritel mudah diajukan melalui NS Care call center	19	8	3	30
	10.	Pelayanan klaim dengan cepat oleh karyawan kepada para ritel	21	7	2	30
Process	11.	PT.AJP memberikan kemudahan saat proses pemesanan aki kering NS	20	8	2	30
	12.	Pengiriman barang selalu tepat waktu kepada peritel aki kering NS	23	5	2	30
Physical evidence	13.	Karyawan menggunakan seragam yang rapih dan bersih	27	2	1	30
	14.	NS CARE Bandung memiliki eksterior dan interior yang baik	28	1	1	30
Loyalty	15.	PT. AJP memberikan program perusahaan kepada peritel	11	6	3	30
	16.	Para ritel akan melakukan pembelian ulang produk aki kering NS pada PT.AJP	9	14	7	30

Sumber : Hasil pengolahan Pra Survei, 2018

Berdasarkan data yang didapat dari pra survei diatas, maka ada tiga hal yang dapat dijadikan pendukung bagi ketiga variabel dan menjadi perhatian utama. Pendukung permasalahan pertama ada pada variabel kualitas produk (X_1) di dalam indikator ketahanan (*durability*) yaitu ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu (Kotler & Keller, 2016:393). Dengan pernyataan “Ketahanan produk aki kering NS berstandar internasional” 5 dari 30 peritel menyatakan tidak setuju dan 13 dari 30 peritel menyatakan kurang setuju, yang artinya ketahanan produk aki kering NS belum berstandar internasional.

Pendukung permasalahan yang kedua yaitu penetapan harga (X_2) di dalam indikator potongan harga khusus yaitu potongan harga yang diberikan produsen/penjual kepada konsumen pada saat event tertentu (Kotler & Armstrong, 2014:284). Dengan pernyataan “PT. AJP menyediakan potongan harga khusus bagi para ritel” 10 dari 30 peritel menyatakan tidak setuju dan 11 dari 30 peritel menyatakan kurang setuju, yang artinya para ritel belum mendapatkan potongan harga khusus dari PT. AJP. Permasalahan lainnya mengenai penetapan harga di dalam indikator keterjangkauan harga yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen (Stanton, 2009:24). Dengan pernyataan “Harga produk aki kering NS terjangkau” 8 dari 30 peritel menyatakan tidak setuju dan 15 dari 30 peritel menyatakan kurang setuju yang artinya para ritel menganggap harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

Variabel ketiga yaitu Loyalitas para ritel (Y) di dalam indikator pembelian ulang produk oleh pelanggan yaitu pelanggan membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan (Griffin, 2005: 33). Dengan pernyataan “Para ritel akan melakukan pembelian ulang produk aki kering NS pada PT.AJP” 7 dari 30 peritel menyatakan tidak setuju dan 14 dari 30 peritel menyatakan kurang setuju yang artinya para ritel tidak pasti membeli ulang aki kering NS di PT. AJP dan ada kemungkinan peritel beralih kepada pesaing.

Dari data dan pra survei, secara konsep dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor utama yang membuat para ritel di PT. AJP membangun loyalitas yang baik adalah kualitas produk dan penetapan harga yang akan berpengaruh kepada volume penjualan aki kering NS. Berdasarkan hal tersebut peneliti akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas produk dan penetapan harga pada peritel aki kering NS di PT. AJP.

Dalam beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan antara lain variabel harga dan kualitas produk. Menurut penelitian Firdaus (2017) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal yang sama penelitian dilakukan Alim (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lainnya dilakukan oleh Agustina (2016) mengindikasikan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Apabila perusahaan aki kering NS memiliki kualitas produk dan harga yang baik seharusnya menjadikan para ritel aki kering merek NS menjadi loyal terhadap perusahaan distributor yaitu PT. AJP. Berdasarkan hal-hal yang melatar belakangi masalah tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga dalam menentukan loyalitas para ritel aki kering merek NS di PT. Anugerah Jabar Prima.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka diidentifikasi masalah-masalah yang ada, adalah terkait dengan loyalitas para ritel di PT. AJP melalui kualitas produk dan harga yang akan berpengaruh kepada volume penjualan aki kering NS. Dari identifikasi masalah maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pendapat para ritel aki kering merek NS terhadap kualitas produk, harga, dan loyalitas pada PT. Anugerah Jabar Prima?

2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas para ritel aki kering merek NS di PT. Anugerah Jabar Prima?
3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap loyalitas para ritel aki kering merek NS di PT. Anugerah Jabar Prima?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas para ritel aki kering merek NS di PT. Anugerah Jabar Prima?

1.1 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan karena keterbatasan dari kemampuan dan tenaga peneliti, pembatasan masalah diambil dari identifikasi masalah (Usman & Purnomo, 2008). Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian pada variabel kualitas produk, harga, dan loyalitas pada PT. Anugerah Jabar Prima di Kota Bandung.
2. Lokasi penelitian pada pelanggan PT. Anugerah Jabar Prima di Kota Bandung.
3. Pelanggan adalah ritel yang melakukan pembelian pada PT. Anugerah Jabar Prima di Kota Bandung.
4. Waktu penelitian dimulai dari tanggal 15 September 2017 sampai dengan tanggal 15 Maret 2018.

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan sebagai bahan yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi yang akan diajukan sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana pada jurusan Manajemen S1, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama Bandung.

Sedangkan tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pendapat para ritel aki kering merek NS terhadap kualitas produk, harga, dan loyalitas pada PT. Anugerah Jabar Prima.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas para ritel aki kering merek NS di PT. Anugerah Jabar Prima.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas para ritel aki kering merek NS di PT. Anugerah Jabar Prima.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas para ritel aki kering merek NS di PT. Anugerah Jabar Prima.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini untuk:

1. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi PT. Anugerah Jabar Prima penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan pemikiran, pemecahan masalah yang ada, dan masukan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam bidang pemasaran.
2. Kegunaan Ilmiah
 - a. Hasil pemikiran ini diharapkan berguna dan memberikan sumbangan pemikiran bagi yang akan mengadakan penelitian lebih jauh dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya, terutama mengenai masalah kualitas produk, harga, dan loyalitas pelanggan.
 - b. Bagi penulis penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai masalah tentang kualitas produk, harga, dan loyalitas pelanggan.

1.5 Sistematika Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti membaginya kedalam lima bab. Bab 1 memaparkan mengenai latar belakang masalah beserta permasalahannya. Disini peneliti mengangkat mengenai permasalahan loyalitas para ritel aki kering NS di PT. AJP. Dengan munculnya kualitas produk dan harga yang diberikan PT. AJP seharusnya berdampak pada peningkatan penjualan, akan tetapi yang terjadi di lapangan ternyata tingkat penjualan aki kering NS menurun dan berkurangnya jumlah pelanggan PT. AJP sehingga dikhawatirkan akan berimbas buruk pada loyalitas pelanggan aki kering NS.

Bab 2 akan memaparkan mengenai kajian pustaka dari pada kualitas produk, harga, dan loyalitas pelanggan. Bahkan tidak hanya itu melainkan beberapa faktor yang menyebabkan kualitas produk dan harga serta strategi yang dilakukan untuk membentuk loyalitas pelanggan.

Bab 3 mendeskripsikan cara pengambilan dan pengolahan data dengan menggunakan alat-alat analisis yang ada dengan menggunakan metode penelitian. Kemudian lebih daripada itu pada bab ini diuraikan secara lebih rinci teknik penarikan sampel dan kriterianya (termasuk populasinya), definisi operasional penelitian dan juga penetapan variabel kualitas produk, harga, serta loyalitas pelanggan.

Bab 4 akan membahas hasil penelitian dan menyajikan hasil dari penelitian dalam bentuk data atau ilustrasi (gambar, foto, diagram, grafik, tabel, dll.). Temuan atau hasil yang diperoleh dapat dikaitkan dengan tujuan penelitian (implikasi hasil penelitian) atau dibandingkan dengan hasil penelitian orang lain.

Bab 5 memaparkan kesimpulan yang berisi jawaban mengenai permasalahan loyalitas pelanggan aki kering NS di PT. AJP. Dengan munculnya kualitas produk dan harga yang diberikan PT. AJP. peneliti juga menguraikan saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait, sehubungan dengan hasil penelitian.