

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Masalah Penelitian

1.1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2000).

Kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang telah ditentukan dari keunggulan yang dimiliki produk tersebut. Kualitas produk memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas Produk adalah Semua yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen (Sumarni dan J. Supranto, 1997 dalam Tjiptono, 2006).

Oleh karena itu, CV. Segitiga Baja Pondok Kopi untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk dan jasa pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Dan dengan cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan dan jasa layanan yang diberikan. Menjalin agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Pelayanan yang diberikan bisa menciptakan kepuasan yang optimal sehingga akhirnya konsumen merasakan kepuasan bagi dirinya sendiri.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Kualitas produk, dimana konsumen menginginkan produk yang berkualitas, memiliki kehandalan, ketahanan dan kemampuan melakukan Fungsi-fungsinya dengan baik (kualitas kinerja). Berdasarkan hal tersebut, bagi perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk dimana kualitas merupakan hal yang memegang peran penting. Kualitas produk sebagai salah satu sumber daya saing yang dimiliki perusahaan, harus dapat dipertahankan atau ditingkatkan dan dimanfaatkan semaksimal mungkin, sehingga seluruh potensi yang dimiliki tersebut dapat disumbangkan bagi kemajuan perusahaan. Setiap perusahaan dituntut guna menciptakan dan mengembangkan kualitas produknya, dengan kata lain perusahaan harus terus meningkatkan kualitas produknya sehingga kepuasan konsumen terus bertambah.

Kualitas produk dan jasa pelayanan menekankan pentingnya sasaran dan kepuasan tinggi atau sangat puas agar konsumennya tidak mudah tergiur dengan tawaran lain. Bagi CV. Segitiga Baja mementingkan kualitas dan pelayanan adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran. Semakin meningkatnya tingkat persaingan dalam dunia bisnis, menuntut CV. Segitiga Baja untuk lebih memperhatikan konsumen agar konsumen merasa puas. Sehingga konsumen bisa memberikan keuntungan bagi CV. Segitiga Baja, Pondok Kopi, Jakarta Timur.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk membahas dan meneliti judul **“Hubungan Antara Kualitas Produk Dan Jasa Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada CV. Segitiga Baja, Pondok Kopi, Jakarta Timur”**

1.1.2 Perumusan masalah pokok

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti adalah : “Hubungan antara kualitas produk dan jasa pelayanan dengan kepuasan konsumen pada produk besi CV Segitiga Baja Pondok Kopi Jakarta Timur ?”

1.1.3 Spesifikasi masalah pokok penelitian

Berdasarkan perumusan masalah pokok di atas, maka spesifikasi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apa saja yang menjadi indikator dari kualitas produk ?
2. Apa saja yang menjadi indikator dari jasa pelayanan ?
3. Apa saja yang menjadi indikator dari kepuasan konsumen ?
4. Apakah terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dan jasa pelayanan dengan kepuasan konsumen ?

1.2 Kerangka Teori

1.2.1 Identifikasi variabel-variabel penelitian

Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel, yaitu dua variabel bebas (independent variabel) adalah suatu variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1) dan jasa pelayanan (X_2), sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel terikat dari penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

1.2.2 Uraian konseptual tentang variabel

Untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen, maka dalam penelitian ini menggunakan satu variabel bebas dan variabel terikat. Adapun variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Variabel terikat atau dependent variables (Y) yaitu variabel yang tergantung pada variabel lain atau tergantung pada variabel independen. Dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai variabel terikat adalah kepuasan konsumen.
2. Variabel bebas atau independent variables (X) yaitu variabel yang berdiri sendiri atau tidak tergantung pada variabel lain.
 - a. Kualitas produk (X_1)
 - b. Jasa pelayanan (X_2)

1.2.3 Hipotesis penelitian

Berdasarkan uraian kerangka teori diatas, hipotesis dalam penelitian ini adalah “Diduga terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dan jasa pelayanan dengan kepuasan konsumen pada produk besi CV. Segitiga Baja, Pondok Kopi, Jakarta Timur”.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan positif antara kualitas produk dan kesiapan instrumental dengan kepuasan konsumen pada produk besi CV. Segitiga Baja, Pondok Kopi, Jakarta Timur.

1.3.2 Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi :

1. Bagi penulis

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi jurusan manajemen dan akan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Selain itu, skripsi ini bisa digunakan untuk menambah wawasan.

2. Bagi mahasiswa

Memberi manfaat untuk mendapatkan gambaran tentang pembuatan skripsi, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat memotivasi mahasiswa untuk bidang keahlian yang ditekuni.

3. Pengembangan disiplin ilmu

Pengembangan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberi manfaat, khususnya dibidang Manajemen Pemasaran.

4. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan untuk dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak terkait dan dapat dijadikan bahan masukan bagi perusahaan, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dalam kaitannya untuk meningkatkan kepuasan konsumen baik sekarang maupun dimasa yang akan datang.