

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan masa kini sedang menghadapi persaingan ketat yang pernah mereka hadapi. Hanya perusahaan yang berfokus pada pelanggan yang berhasil menarik pelanggan dan berhasil memperkenalkan produk. Terlalu banyak perusahaan yang berpikir bahwa mendapatkan pelanggan adalah tugas bagian pemasaran atau penjualan. Jika bagian pemasaran tidak mampu mendapatkan pelanggan, perusahaan akan berkesimpulan bahwa tenaga pemasaran mereka kurang baik. Bagian pemasaran hanya dapat menjadi efektif pada perusahaan yang seluruh bagian dan karyawannya telah merancang serta menjalankan sistem penyampaian nilai pelanggan yang lebih unggul dari pada para pesaingnya (Kotler, 2012).

Pada dasarnya dalam suatu bisnis pemasaran hanya untuk menciptakan konsumen yang merasa puas, karena kepuasan konsumen akan memberikan dampak yang lebih besar pada suatu bisnis antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis dan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen. Menurut Tjiptono dan Chandra (2017) kepuasan pelanggan adalah konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen, kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintahan, dan juga para konsumen. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2013) kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat perasaan seseorang

menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima sesuai harapan pelanggan.

Salah satu faktor yang menunjang kepuasan konsumen yaitu kualitas produk. Perusahaan yang memberikan kualitas produk dan melakukan pelayanan yang berkualitas yang tinggi pula akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memberikan kualitas produk dan melakukan pelayanan yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan kualitas yang bagus, dengan kualitas pelayanan yang baik

Lupiyoadi (2013) menyatakan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan serta menghasilkan suatu kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan (Kotler, 2012).

Selain tentang kualitas produk ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan yang baik. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen tersebut akan merasa puas. Menurut Tjiptono dan Chandra (2017) kualitas pelayanan merupakan produk yang bebas cacat atau produk sesuai dengan standar (target, sasaran, atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Menurut Adam (2015) kualitas pelayanan adalah suatu perbandingan hasil dari pandangan konsumen antara harapan dan kenyataan, karena lebih sulit dievaluasi

konsumen dibanding mengevaluasi barang berwujud dan lebih sulit untuk ditentukan.

Persaingan dunia perdagangan di era saat ini sangat ketat, seperti dalam kasus toko plastik Untung Lumajang. Toko plastik Untung Lumajang menyadari dan berusaha memberikan nilai-nilai lebih yang diharapkan pelanggan dan memberikan lebih dari apa yang pelanggan harapkan. Apabila kepuasan pelanggan menurun akan mengakibatkan jumlah pendapatan juga menurun.

Toko plastik untung Lumajang tentunya tidak boleh bersantai akan pencapaian ini karena kompetitor juga semakin gencar menarik perhatian masyarakat untuk menjadi pelanggannya. Kualitas produk toko plastik Untung Lumajang dinilai pelanggan cukup baik namun masih ada beberapa keluhan mengenai tentang atribut produk. Mengenai hal pelayanan, karyawan toko plastik untung Lumajang juga telah melayani dengan profesional dan sesuai dengan prosedur. Karena dengan menjaga kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai bentuk untuk menjaga pelanggan dalam pembelian selanjutnya.

Lenzun (2014) menyatakan bahwa situasi persaingan yang semakin ketat antara pemilik usaha menyebabkan pemilik usaha sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggannya. Terdapat banyak sekali produk diberbagai pasar dengan berbagai keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing, sehingga sulit bagi pemilik usaha untuk merebut pangsa pasar pesaing. Selain itu untuk memasuki pasar baru memerlukan biaya cukup besar. Oleh karena itu alternatif yang lebih baik adalah melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pasar

yang sudah ada, salah satunya melalui usaha untuk memberikan kepuasan bagi konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen seperti yang dilakukan oleh Ratnasari (2019) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT Radekatama Piranti Nusa”, memiliki hasil penelitian bahwa Secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian oleh Montung (2015) dalam jurnal “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kawan Baru”, memiliki hasil penelitian bahwa Secara parsial kualitas produk kualitas layanan dan persepsi harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian oleh Saidani (2012) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada *Ranch Market*”, memiliki hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli.

Kemudian penelitian oleh Lenzun (2014) dalam jurnal “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel”, memiliki hasil penelitian yang menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dan penelitian oleh Basith (2014) dalam jurnal “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan”, memiliki hasil penelitian yang Secara parsial kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada Toko Plastik Untung Lumajang. karena hampir setiap bulan toko tersebut mengalami kenaikan jumlah penjualan maupun kenaikan jumlah pelanggan yang fluktuatif. Kualitas produk yang dimiliki toko plastik Untung sudah cukup baik namun terdapat keluhan pelanggan mengenai kurangnya memberikan garansi atau jaminan. Maka dalam hal ini pihak toko harus lebih meningkatkan dan menjaga kualitas produk demi mewujudkan keunggulan yang kompetitif dari produk kompetitor lain. Selain itu mengenai kualitas pelayanan toko plastik Untung dinilai cukup baik. karena, hal ini sangat berpengaruh bagi pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian, pihak toko harus dapat memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik untuk menjaga pelanggan yang sudah ada dan menambah pelanggan kedepannya

Berdasarkan fenomena dan pemaparan yang dijelaskan dalam latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Plastik Untung di Lumajang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko plastik untung Lumajang?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko plastik untung Lumajang?
- c. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko plastik untung Lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

- a. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan toko plastik untung Lumajang.
- b. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko plastik untung Lumajang.
- c. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan toko plastik untung Lumajang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat teoritis

Hasil pada penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, memberikan referensi dan dapat digunakan untuk menguji kembali terkait manajemen pemasaran khususnya tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sehingga dapat diketahui apakah penelitian ini akan memperkuat hasil atau malah justru memperlemah hubungan antar variabel yang akan diteliti.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah referensi guna memberikan sumbangsih peneliti pada bidang Manajemen Pemasaran di STIE Widya Gama Lumajang.

2) Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan penambahan wawasan dalam menerapkan ilmu yang telah didapatkan peneliti sendiri sekaligus sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen Strata 1 (S1) di STIE Widya Gama Lumajang.

3) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi sekaligus evaluasi dalam mempertahankan kepuasan pelanggan dengan melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas produk dan kualitas pelayanan.

4) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya untuk melanjutkan dan memperbaiki penelitian ini. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada penelitian selanjutnya.

