

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Persaingan antara pelaku bisnis dalam mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru merupakan suatu keuntungan bagi masyarakat. Hal ini mendorong para pelaku bisnis untuk meningkatkan strategi bisnis mereka untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut. Harapan konsumen dan kebutuhan pasar menjadi pemicu bagi perusahaan untuk melakukan inovasi pada strategi mereka agar dapat memberikan kepuasan pada pelanggan setelah membeli dan memakai produk yang mereka beli.

Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan pesaing. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama akan tetapi berbeda harga, fitur produk, dan layanan. Konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk, mulai dari tahap pembelian sampai pada tahap pasca pembelian.

Dalam penelitian ini penulis ingin menerapkan strategi – strategi tersebut pada CV. Octa Productions Suksestama yang berkedudukan di Ciputat, Tangerang

Selatan. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa pariwisata dan sedang mencoba untuk bersaing dengan para pelaku bisnis serupa.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Kotler (2012: 138) secara umum kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah the expectancy disconfirmation model, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka konsumen memiliki harapan tentang bagaimana produk itu berfungsi. Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Dengan demikian kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Tercapainya kualitas pelayanan merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan konsumen. Ketidakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi layanan akan memberikan kontribusi terhadap tingkat pelayanan secara keseluruhan. (Kotler, Fornell, dan Zeithaml dalam Sunyoto 2012:193-194). Berdasarkan pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk konsumsi, bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud dan apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik (ideal), dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan jelek (kurang ideal), sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen merasa belum terpenuhi.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2012 : 183), harga adalah sejumlah uang yang di bebaskan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan

oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru.

**Tabel 1.1**

*Research Gap*

Variabel	Peneliti	Hasil Penelitian
Kualitas Produk	Yesenia (2014)	Tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
	Retna (2013)	Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
Kualitas Pelayanan	Yesenia (2014)	Tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
	Retna (2013)	Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
	Wahyuno (2013)	Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
	Fardiani (2013)	Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
Harga	Laila (2015)	Tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
	Fardiani (2013)	Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Sumber: Data diolah penulis 2017

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CV. OCTA PRODUCTIONS SUKSESTAMA”**. Dengan demikian peneliti akan mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen atas produk, pelayanan, dan harga yang diberikan oleh CV. Octa Productions Suksestama.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen CV. Octa Productions Suksestama?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV. Octa Productions Suksestama?
3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen CV. Octa Productions Suksestama?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen CV. Octa Productions Suksestama?

### 1.3. Batasan Penelitian

1. Penulis membatasi penelitian ini hanya pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen CV. Octa Productions Suksestama.
2. Populasi penelitian ini hanya sebatas konsumen yang pernah menggunakan produk jasa CV. Octa Productions Suksestama.

### 1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen CV. Octa Productions Suksestama?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen CV. Octa Productions Suksestama?
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen CV. Octa Productions Suksestama?
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen CV. Octa Productions Suksestama?

Berdasarkan tujuan penelitian yang ada, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat :

#### 1) Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai suatu aplikasi penerapan ilmu yang telah di dapat selama perkuliahan, khususnya dibidang

pemasaran. Dan hal ini sangat memperluas wawasan serta bekal bagi peneliti dikemudian hari.

## 2) Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan kepada pihak perusahaan akan pentingnya kualitas produk, kualitas layanan, dan harga sebagai alat untuk melihat apakah terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat mengevaluasi strategi perusahaan untuk kedepannya.

## 3) Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi perpustakaan untuk menambah pengetahuan, serta dijadikan sebagai perbandingan penelitian bagi penelitian yang memiliki objek penelitian yang sama. Selain itu juga dapat dijadikan acuan bagi mahasiswa semester bawah sehingga dapat menambah semangat belajar dan meneliti lebih lanjut.