

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa kini dimana zaman yang sudah demikian maju dengan nilai ekonomi dan teknologi yang tinggi, maka perkembangan perusahaan sangat perlu diperhatikan. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan daya saing dalam rangka menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Perkembangan perusahaan sangat tergantung pada kebijakan yang dibuat oleh pimpinan perusahaan, sebagai salah satu tugas pokok manajemen yaitu pengambilan keputusan dalam pelaksanaannya yang dipengaruhi oleh berbagai macam faktor.

Namun terkadang hal ini diabaikan begitu saja oleh perusahaan. Pada hal seperti yang kita ketahui bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, bagian kualitas produk dan harga, kualitas pelayanan harus mampu memilih strategi yang akan dipakai untuk meningkatkan persaingan kepuasan pelanggan.

Jika perusahaan salah dalam menetapkan peraturan yang cocok untuk tingkat kepuasan pelanggan maka akibat yang harus dirasakan oleh perusahaan adalah perusahaan menjadi susah memperoleh konsumen dan konsumen mencari alternatif perusahaan lain. Hal tersebut tentu saja akan

berpengaruh kepada hasil penjualan dan laba yang akan di peroleh perusahaan.,

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan –perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Dari beragam definisi kepuasan pelanggan yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen.

Meningkatkan kepuasan pelanggan , di perlukan berupa kualitas produk agar konsumen memiliki rasa kepuasan dengan menggunakan produk yang kita produksi, Kualitas Produk menurut Menurut Kotler (2013) kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Dalam suatu bisnis faktor harga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan karena harga mengukur nilai kualitas , konsumen tidak merasa rugi apabila harga hanya selisih sedikit tetapi pelanggan merasa puas dengan yang di terima .

Semakin pesatnya pembangunan gedung di Indonesia seperti gedung untuk pusat pembelajaran , apartemen (tempat tinggal), hotel, dan lain lain, mendorong para investor untuk lebih pintar dan lebih cermat lagi

dalam menggunakan bahan bangunan yang kualitas terbaik, karena pada umumnya kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam pembangunan gedung.

Perusahaan Kontruksi baja sebagai salah satu kontruksi utama pemuas kebutuhan investor dalam mendirikan gedung yang kuat dan dengan desain bagus. Alasan kebutuhan dan perhatian pelanggan baik kaum pelanggan kelas menengah kecil maupun pelanggan yang kelas besar dalam tender pada kontruksi baja bukan hanya untuk kokohnya bangunan saja, tetapi juga sebagai pemberi nilai pemuas pelanggan akan kualitas.

Hal ini menuntut setiap perusahaan kontruksi baja untuk dapat menghasilkan produk yang tidak hanya bersetivikat sesuai standar dan berkualitas. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak gedung yang menggunakan jasa kontruksi baja.

Fenomena yang terjadi pada kualitas produk Baja yaitu kasus tidak bagusnya kualitasnya, sehingga bangunan gedung kampus Universitas Guna Dharma di Depok roboh dengan merugikan para mahasiswa yang sedang berada di kampus, karena produknya kurang sesuai mutu kualitas.

Produk dengan penampilan terbaik belum tentu merupakan produk dengan kualitas tertinggi, oleh karena itu produk - produk kontruksi baja yang sudah ada di pasaran saat ini dituntut untuk lebih baik dan memperhatikan kualitas produk, sedangkan harga suatu produk merupakan

suatu nilai yang diukur dari kualitas produk agar dapat terus baik dan agar pelanggan puas dengan harga dan kualitas.

Kualitas produk (*product quality*) yang dimaksud merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing, maka dari itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk-nya, dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Produk dengan penampilan terbaik belum tentu merupakan produk dengan kualitas tertinggi, jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dan pasar, oleh karena itu produk-produk produsen yang sudah ada di pasaran saat ini dituntut untuk lebih kreatif dan memperbanyak variasi serta inovasi produknya sesuai kebutuhan konsumen dan pasar.

Menurut Kotler (2013: 75) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas sejumlah suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Fenomena yang terjadi mengenai Harga, yaitu harga Baja yang sangat tinggi di PT.Gerbang Sarana Baja daripada di pesaingnya berpengaruh pada kepuasan pelanggan dalam penggunaannya, tidak masalah mahal apabila kualitas baik.

Harga juga berpengaruh terhadap proses kepuasan Pelanggan, kebanyakan orang berpendapat bahwa semakin mahal harga suatu produk maka kualitasnya pun bagus, pelanggan tidak akan merasa terbebani apabila dapat bertahan lama kekuatan bangunan gedung tersebut.

Konstruksi Baja PT. Gerbang Sarana Baja mungkin yang terkenal di lingkungan konstruksi baja lainnya, yang paling dicari, dan terlaris sepanjang masa yang telah dikenal kualitas dalam pembuatan pemasangan konstruksi baja, bahkan di Indonesia pun para investor asing untuk mendirikan gedung ,apartemen atau hotel selalu merasa puas dengan PT.Gerbang Sarana Baja , hal tersebut dikarenakan dari keunggulan-keunggulan yang dimiliki PT. Gerbang Sarana Baja itu sendiri, seperti dari kualitas sertasertifikat yang dimiliki, hal tersebut sangat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Fenomena yang terjadi pada Kualitas Pelayanan yaitu pengiriman produk struktur konstruksi baja tidak sesuai dengan tingkat kepentingan pada design gambar yang telah disepakati dapat membuat lambat dalam pembangunan.

Menurut Kotler dan Keller (2013:51), kualitas pelayanan menyoroti kebutuhan utama untuk menghantarkan kualitas pelayanan yang tinggi. Agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen agar bisnisnya dapat berjalan dengan baik dan tepat waktu pembangunan.

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan. atas langganan yang mereka terima atau peroleh , menurut Mauludin (2010 :67)

Berdasarkan *pra survey* yang dilakukan peneliti, kualitas pelayanan PT Gerbang Sarana Baja tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dari masih adanya pengiriman baja yang harus di ulang karna tidak sesuai dengan kebutuhan pelanggan , dengan demikian berarti pekerjaan yang dilakukan belum sepenuhnya menyelesaikan permasalahan yang dikeluhkan pelanggan terhadap kendaraan yang mereka miliki.

Fenomenal yang terjadi pada kualitas produk di PT.Gerbang Sarana Baja yaitu mengenai kekuatan kontruksi bangunan pada bangunan permanen seperti contoh kasus bangunan di Universitas Gunadharma Depok yang mengakibatkan runtuhnya bangunan di karenakan kerangka baja yang tidak baik kualitasnya

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk membahas uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, dan KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN** studi kasus dilakukan diPT.Gerbang Sarana Baja.

1.2 Perumusan masalah

Semakin ketatnya persaingan antar perusahaan konstruksi bajadi Indonesia, perusahaan konstruksi baja harus dapat memiliki keunggulan bersaing dalam persaingan bisnis konstruksibaja guna meningkatkan kepuasan pelanggan, dari pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk, hargadan kualitaspelayanan yang di tawarkan. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. Gerbang Sarana Baja ?
- 2) Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di PT.Gerbang Saran Baja ?
- 3) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT.GerbangSarana Baja ?
- 4) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT.GerbangSarana Baja?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai beriku Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Gerbang Sarana Baja.

- a. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh harga terhadap Kepuasan Pelanggan di PT.GerbangSarana Baja.
- b. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT.GerbangSarana Baja .
- c. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan di PT.Gerbang Sarana Baja

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat menetapkan manfaat penelitian yang akan dibahas dalam proposal outline , yaitu :

- a. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana ekonomi Manajemen pada Fakultas ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia.
- b. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam mengambil keputusan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat daalm upaya meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualannya
- c. Bagi pihak lain, sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan wawasan di bidang pemasaran.