

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin ketat, para perusahaan dituntut untuk tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga kualitas pelayanan 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 beberapa macam faktor.

Namun terkadang hal ini sering kali perusahaan lupa, seperti yang diketahui bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Selain itu bagian kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan harus mampu memilih strategi apa yang akan dipakai untuk meningkatkan kekuatan perusahaan dalam persaingan dengan kompetitor.

Jika perusahaan salah dalam memilih strategi untuk meningkatkan kepuasan terhadap konsumen, maka dampak akan kesalahan tersebut bisa mengakibatkan fatal bagi perusahaan dan kemungkinan terjeleknya perusahaan bisa saja kehilangan konsumennya. Hal tersebut tentu saja akan berpengaruh kepada hasil penjualan dan laba yang akan diperoleh perusahaan.

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Dari banyaknya penjelasan tentang kepuasan konsumen 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 konsumen diperlukan kualitas produk agar konsumen merasa puas dengan menggunakan produk yang kita produksi. Kualitas produk menurut Kotler (2013) kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat.

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

Setiap perusahaan manufaktur sering kali banyak menemukan permasalahan-permasalahan yang secara tidak langsung terhubung dengan konsumen, dalam masalah ini perusahaan perlu adanya perbaikan di internal khususnya dalam masalah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. Karena ini menyangkut dengan hubungan baik terhadap konsumen.

Fenomena yang terjadi pada kualitas produk PT. Sekiso Industries Indonesia adalah adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas produk, hal ini dapat dilihat dengan banyaknya claim dari customer PT. Sekiso Industries Indonesia, diantaranya: produk NG yang terkirim (belum adanya komponen pendukung), terkirimnya produk wip ke customer, sehingga ini menjadi salah satu yang perlu diperhatikan oleh PT. Sekiso Industries Indonesia. Karena ini sangat berpengaruh besar dalam masalah kepuasan konsumen dan kredibilitas perusahaan.

Hal ini menuntut PT. Sekiso Industries Indonesia untuk lebih bekerja keras dalam meminimalkan masalah yang ada, dengan melakukan pelatihan-pelatihan ke bagian-bagian produksi (bagian yang bersangkutan). Untuk selalu membuat produk yang sesuai standar konsumen, dan memastikan produk bagus untuk bisa lanjut ke proses selanjutnya.

Perusahaan harus mengikuti standar produk dari konsumen, dan untuk lebih memperhatikan kualitas produk, sedangkan untuk masalah harga produk merupakan suatu nilai yang diukur dari kualitas produk agar tetap bagus dan konsumen merasa 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 pada harga produk PT. Sekiso Industries Indonesia yang masih dikategori tinggi, Karena untuk material yang digunakan adalah sebagian material yang langsung diimpor dari japan dan thailand.

Harga juga berpengaruh terhadap proses kepuasan konsumen, kebanyakan orang berpendapat bahwa semakin mahal harga suatu produk maka kualitasnya pun bagus, konsumen tidak akan merasa terbebani apabila produk sesuai dengan tingkat kesulitan dan material pendukung.

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

Fenomena yang terjadi pada kualitas pelayanan pada PT.Sekiso Industries Indonesia adalah pengiriman yang tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan customer.

Kepuasan konsumen juga di pengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan kepada konsumen agar bisnisnya dapat berjalan dengan baik dan tepat waktu dalam delivery nya.

Menurut Tjiptono (2015:76), kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.

Berdasarkan *pra survey* yang dilakukan oleh peneliti, kualitas pelayanan di PT. Sekiso Industries Indonesia belum sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari masih adanya claim dari konsumen, dengan demikian berarti perusahaan belum sepenuhnya menyelesaikan permasalahan yang ada.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, dan KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. SEKISO INDUSTRIES INDONESIA.

B. Perumusan Masalah

Semakin ketatnya persaingan perusahaan manufaktur yang ada di indonesia, PT. Sekiso Industries Indonesia harus dapat memiliki keunggulan dalam persaingan bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, dari konsumen yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Berdasarkan masalah yang ada dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Sekiso Industries Indonesia ?
- 2) Apakah harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Sekiso Industries Indonesia ?
- 3) Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Sekiso Industries Indonesia ?
- 4) Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Sekiso Industries Indonesia ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Sekiso Industries Indonesia ?
- b. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PT. Sekiso Industries Indonesia ?
- c. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Sekiso Industries Indonesia ?
- d. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Sekiso Industries Indonesia ?

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 dalam upaya meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga perusahaan dapat meningkatkan profit.
- c. Bagi pihak lain, sebagai bahan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran.

