

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya berbagai macam teknologi yang kemudian menciptakan barang dengan jenis sama namun ciri-ciri berbeda yang membuat perusahaan, distributor, maupun lapisan masyarakat memiliki kreatifitas untuk menciptakan persaingan yang sehat. Berbagai persaingan didunia marketing sangat pesat karena pada saat ini dapat dilakukan dimana saja tanpa bertemu langsung dan dinilai lebih efektif serta menarik perhatian pelanggan (Noor et al., 2020).

Kepuasan konsumen adalah suatu bentuk kesesuaian antara ekspektasi dengan hasil dimana hasil yang diperoleh jauh lebih baik daripada ekspektasi maka akan memunculkan kepuasan yang tinggi (Fermayani et al., 2021). Menurut Zeithaml, Bitner dan Dwayne dalam Prayitno et al (2018) kepuasan ialah adanya sebuah penilaian baik atau tidaknya terhadap suatu produk, kepuasan yang baik menghasilkan komentar yang baik sehingga dimungkinkan dapat mempengaruhi saudara, teman, kerabat dan keluarga untuk mencoba produk tersebut, dan begitu sebaliknya apabila kpuasan pelanggan buruk maka tidak bisa dipungkiri jika dapat menyebabkan berkurangnya pelanggan. Konsumen merasa puas jika barang yang diinginkan sesuai dengan harapan, memiliki kualitas yang bagus serta citra kualitas yang terkenal. Berdasarkan obseravasi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti pada produk Surya Makmur, sebelumnya banyak sekali terjadi komplain dari

konsumen. Rata-rata konsumen komplain mengenai kualitas produk, bau yang kurang sedap, produk yang tidak tahan lama dipakai serta mudah rusak apabila disimpan dalam jangka waktu yang lama yang menyebabkan kurangnya kepuasan konsumen. Berikut data komplain selama tiga tahun terakhir.

Tabel 1.1 Data Komplain Konsumen

Tahun	Persentase	Keterangan
2019	7%	Barang reject, kemasan rusak, mengeluarkan bau tidak sedap, lembab dan berjamur.
2020	15%	
2021	2%	

Sumber: Surya Makmur, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 Data Komplain Konsumen selama 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2019 – 2021 diketahui bahwa komplain tertinggi pada tahun 2020 yaitu sebesar 15% yang dikarenakan adanya bau yang tidak sedap pada produk, cacat pada produk serta kemasan yang sudah rusak sebelum dibuka. Komplain menandakan adanya ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh hal-hal tersebut. Selain itu ketidakpuasan juga terjadi pada tahun 2019 sebesar 7% serta tahun 2021 sebesar 2%. Dari adanya tabel diatas maka disimpulkan bahwa kepuasan konsumen terjadi karena kualitas produk yang baik.

Kualitas produk adalah aspek penting dan menjadi kunci untuk menjalankan bisnis yang sukses (Razak, 2019). Sedangkan menurut Aaker dalam Rahmatullah dan Razak (2019) kualitas produk adalah persepsi persepsi pelanggan terhadap kualitas keseluruhan atau keunggulan produk atau layanan, sehubungan dengan tujuan yang telah ditetapkan, relative terhadap alternative. Kualitas produk yang terpercaya akan dapat meningkatkan jumlah

penjualan. Namun selain kualitas produk, citra merek juga sangat berperan penting terhadap penjualan produk peralatan sembahyang. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti diperoleh informasi bahwa kualitas produk tidak seluruhnya baik, dilihat dari tabel 1.1 adanya komplain yang terjadi karena produk yang tidak sesuai dengan keinginan. Kualitas produk yang tidak baik seperti cacat didalam packingan, yang menyebabkan tidak seluruhnya produk bisa dipakai, kemudian berjamur karena lembab yang menyebabkan produk tidak bisa digunakan lagi, selain itu bau tidak sedap yang bisanya ditimbulkan karena tumbuhnya jamur. Berikut persentase mengenai kualitas produk.

Tabel 1.2 Data Permasalahan Kualitas Produk

Jenis Permasalahan	Persentase
Barang Reject	4%
Berjamur	12%
Bau tidak sedap	10%

Sumber: Surya Makmur, 2021

Berdasarkan tabel 1.2 Data Permasalahan Kualitas Produk tersebut dapat dilihat bahwa permasalahan paling banyak terjadi mengenai kualitas produk ialah produk yang berjamur sebesar 12%. Produk yang berjamur membuat konsumen kecewa setelah melakukan pembelian, karena produk yang berjamur tidak bisa digunakan lagi. Permasalahan berikutnya ialah bau yang tidak sedap sebesar 10%, bau ini disebabkan karena adanya produk yang berjamur tersebut, namun tidak seluruh produk yang berjamur tersebut berbau tak sedap. Kemudian barang reject ialah barang cacat yang ada di dalam

packingan, setelah konsumen membeli dan membuka barang kemudian terdapat beberapa barang cacat didalam packingan tersebut.

Sesuatu yang berbeda yang tidak mempunyai wujud namun mampu menarik perhatian, serta mempunyai sebuah nilai merupakan citra pada sebuah merek (Prasetya & Yulius, 2018). Citra merek merupakan sebuah pendorong masyarakat untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang. merek yang mempunyai citra yang baik merupakan merek yang mempunyai eksistensi yang tinggi dengan kualitas serta nilai yang tetap terjaga (Dewi dan Suprapti, 2018). Citra merek merupakan hal penting, karena dapat menjadi pembeda antara produk satu dengan lainnya dan dapat menjadi nilai jual kepada konsumen. Citra merek yang terkenal dapat meningkatkan jumlah penjualan. Citra merek juga terkait terhadap produk surya makmmur. Merek yang terdapat di surya makmur juga beragam ada merek 9983, merek 1618 dan merek 1668. Merek tersebut sudah lama dijual tetapi belum termasuk top brand award. Pada saat ini terdapat persaingan sesama jenis hanya berbeda merek. Nama brand tersebut adalah merek 1669, merek 9688 dan merek 1899.

Tabel 1.3 Data penjualan produk Merek Lama

Tahun	Target		Actual	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
2018	6.000	100	5.000	83,3
2019	6.000	100	5.500	91,6
2020	6.000	100	4.720	78,6

Sumber: Surya Makmur, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 data penjualan produk merek lama seperti merek 9983, 1618, dan 1668 yang disajikan secara global dapat dilihat bahwa penjualan pada tahun 2018 target toko ialah 6.000 ikat, namun kenyataannya

83,3% terjual, persentase ini masih normal karena pada tahun 2019 terjadi peningkatan capaian target menjadi 91,6%. Namun pada tahun 2020 terjadi penurunan signifikan yaitu menjadi 78,6%. Hal ini terjadi karena kualitas pada merek lama yang tidak lebih unggul daripada merek baru. Pada merek lama yaitu merek 9983, merek 1618 dan merek 1668 memiliki bau yang kurang sedap, serta bahan yang tidak mudah untuk digunakan serta ketahanan yang kurang lama daripada merek baru. Pada merek lama seperti merek 9983, merek 1618, dan merek 1668 kertasnya tidak mudah dibakar sehingga membuat orang sedikit kesulitan untuk menyalakan, ini dikarenakan permukaan pada merek lama tersebut bertekstur licin, selain itu pada merek lama rawan mengalami kelembaban apabila disimpan dalam waktu yang lama dalam keadaan plastik sudah dibuka. Berikut daftar penjualan produk merek baru.

Tabel 1.4 Data penjualan produk Merek Baru

Tahun	Data Penjualan (Ikat)		Persentase (%)	
	Target	Persentase (%)	Actual	Persentase (%)
2020	6.000	100	5.432	90,5
2021	6.000	100	5.760	96

Sumber: Toko Surya Makmur, 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 data penjualan produk merek baru mempunyai perbedaan yang signifikan pada data penjualan tahun 2020. Apabila dibandingkan pada merek lama tahun 2020 terjadi penjualan yang di bawah angka penjualan pada merek baru. Pada merek lama terjual 78,6% dari target sedangkan pada merek baru terjual 90,5% dari target. Dan terjadi peningkatan pada tahun 2021 yaitu terjual 96% dari target. Berdasarkan observasi pendahuluan yang dilakukan mengenai kualitas produk tentu ada perbedaan kualitas produk antara merek lama dan merek baru. Pada merek

baru mempunyai desain yang lebih menarik, kualitas yang lebih bagus dengan warna emas, lebih ringan serta mudah dibakar, dengan tekstur yang bagus namun mudah digunakan membuat pelanggan banyak beralih menggunakan merek baru, dengan kualitas yang lebih bagus merek baru juga mempunyai harga yang relatif murah.

Penurunan data penjualan pada merek lama dan terjadinya penambahan penjualan pada merek baru, selain terkait dengan citra merek juga terkait dengan kualitas barang. Kualitas merek lama yang kurang sesuai dengan keinginan konsumen serta adanya inovasi baru terhadap bahan-bahan pada produk merek baru membuat konsumen beralih untuk menggunakan produk merek baru.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Surya Makmur Batam Centre**".

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah dapat ditarik identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Menurunnya kepuasan konsumen karena sering terjadi komplain
2. Rendahnya kualitas produk pada merek tertentu.
3. Banyak merk baru yang datang, yang menyaingi produk lama.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini dia adakan Surya Makmur Batam.
2. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap konsumen yang datang Surya Makmur pada 6 bulan terakhir mulai bulan Juni – November.
3. Penelitian ini hanya membahas tentang kualitas produk, citra merek dan kepuasan konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang diatas ialah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pada Produk Surya Makmur Batam Centre?
2. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen di Pada Produk Surya Makmur Batam Centre?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Pada Produk Surya Makmur Batam Centre?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, memiliki tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pada Produk Surya Makmur Batam Centre.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Pada Produk Surya Makmur Batam Centre.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Pada produk Surya Makmur Batam Centre.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini mampu memberikan manfaat, ilmu serta wawasan yang lebih luas lagi terutama dalam hal pemasaran.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti
 - a. Meningkatkan pengetahuan akan hal atau permasalahan berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, citra merek terhadap kepuasan konsumen Pada Produk Surya Makmur Batam Centre.
 - b. Dapat mengetahui tentang jenis pengaruh kualitas produk, citra merek terhadap kepuasan konsumen Pada Produk Surya Makmur Batam Centre.
 - c. Menjadi syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen (S.M), pada fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam
2. Bagi Institusi (UPB)

Sebagai tambahan informasi dan bahan masukan bagi mahasiswa/I yang akan melakukan penelitian tugas akhir serta penelitian jurnal selanjutnya.
3. Bagi Toko

Untuk meningkatkan pengaruh kualitas produk dan citra merek dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Bagi Pihak Lain/Khalayak Ramai

- a. Dapat digunakan sebagai pedoman atau referensi bagi para pedagang dalam melakukan koreksi terhadap kualitas produk dan citra merek
- b. Dapat memberikan tambahan pengetahuan baru serta informasi baru bagi para pembaca