

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kepuasan konsumen sangat penting dalam menentukan kesuksesan bisnis, di pasar domestik ataupun pasar *global*, menyebabkan munculnya persaingan dalam penawaran berbagai merek produk-produk yang berkualitas agar bisa bersaing di pasaran. Untuk saat ini kebutuhan orang-orang semakin meningkat dikarenakan tingginya tingkat kehidupan masyarakat. Dengan demikian konsumen mengetahui apa yang mereka butuhkan atau mereka inginkan terhadap suatu produk sebelum melakukan pembelian produk.

Setiap produk yang dijual mempunyai citra merek dan kualitas yang berbeda walaupun bentuknya yang sama. Citra merek dan kualitas produk ialah syarat penentuan penjualan produk dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dikatakan bagus, bisa diminati pelanggan banyak jika memiliki citra merek yang baik. Barang bangunan termasuk barang yang berkualitas dan citra merek yang baik dikarenakan tidak cepat rusak atau memiliki ketahanan yang lama.

Dari segi pemasaran, terdapat citra merek dan kualitas produk yang terus meningkat karena produk yang digunakan sebagai pembuatan alat pembangunan cenderung ikut meningkat dan mata uang juga mengalami kenaikan. meskipun sering terjadi peningkatan, tetapi permintaan alat alat pembangunan juga tinggi karena pembangunan prasarana dan proyek pembangunan didalam negeri terus

meningkat, dengan demikian pelanggan merupakan salah satu sasaran yang dicari perusahaan.

Pada citra merek para pelanggan masih belum mengenal produk perusahaan dikarenakan perusahaannya masih baru, dan produk yang diimpor masih belum dikenal. Jadi citra merek yang kurang baik akan menurunkan kepuasan pelanggan dalam memakai produk tersebut.

Menurut Simamora (2010:20) menyebutkan citra merek ialah sebagian dari merek yang dikenali namun tidak bisa diungkapkan seperti lambing, desain huruf, atau warna khusus, atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakili oleh mereknya (Agustin, 2017:3).

Kualitas produk yang didapatkan pelanggan kurang memuaskan, karena produk yang diimport dari luar negeri kualitasnya masih kurang. Seperti kawat petak yang kurang tebal, plastik cor yang mudah koyak dan lain-lain. Salah satu keunggulan dalam persaingan ini adalah kualitas produk yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk juga termasuk masalah utama yang wajib dikejar oleh setiap perusahaan jika ingin produk yang dijual bisa bersaing dipasar dan memuaskan pelanggan yang menggunakannya.

Dalam (assauri, 2015 : 211) kualitas produk ialah penjelasan tentang kemampuan merek atau produk tertentu untuk melakukan fungsi yang diinginkan. Pelanggan tidak puas terhadap konsumsi produk yang kualitas produknya tidak sesuai dengan standar produk yang ditetapkan, Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan selalu mementingkan kepuasan pelanggan dengan produk dan layanan yang ditawarkan. Pelanggan akan puas ketika kebutuhan, harapan dan

keinginan mereka dapat dipenuhi.

Pada sebagian pelanggan berpindah ke *competitor* lainnya disebabkan *brand image* dan *product quality* yang buruk dan tidak terpenuhinya keinginan pelanggan yang menyebabkan pelanggan tidak puas ketika memakai produk di PT Sinar Global Sukses.

Kotler dan Keller (2009: 177) dalam (Herliza & Saputri, 2016:1951) Tetapkan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan mereka sendiri sebagai hasil perbandingan antara kenyataan dan harapan yang ditempatkan pada suatu produk atau layanan.

PT Sinar Global Sukses merupakan perusahaan yang menjual alat alat bangunan yang kualitasnya baik dan memiliki *benefit* yang baik diperbandingkan dengan *product* saingan yang lain. Produk yang disediakan juga terdapat kegunaan dan merek masing-masing. Seperti ditunjukkan pada Tabel 1.1, nama jumlah pelanggan sesuai wilayah kota batam di PT. Sinar Global Sukses.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Per Wilayah Di PT. Sinar Global Sukses

Wilayah	Jumlah Pelanggan
Bengkong	12
Nagoya	9
Batam Center	35
Batu Aji	30
Tiban	17
Jodoh	7
Batu Ampar	6
Total	116

Sumber: PT Sinar Global Sukses (2018)

Berikut data jumlah pembeli yang memakai produk pada PT. Sinar Global Sukses.

Tabel 1.2 Omset penjualan produk dari Januari – Desember 2018

NO.	Bulan	Omset Penjualan
1.	Jan	238.000.000
2.	Feb	250.000.000
3.	Mar	269.000.000
4.	Apr	184.000.000
5.	Mei	167.000.000
6.	Jun	171.000.000
7.	Jul	179.000.000
8.	Aug	182.000.000
9.	Sep	188.000.000
10.	Okt	165.000.000
11.	Nov	158.000.000
12.	Des	155.000.000

Sumber: PT Sinar Global Sukses (2018)

Pada tabel tersebut, Jumlah produk yang dibeli konsumen tampaknya berfluktuasi pada PT Sinar Global Sukses pada bulan Januari, Februari, Maret, mengalami kenaikan, Sedangkan pada bulan April, Mei, Juni, dan July malah terjadi menurun, Namun mengalami kenaikan pada bulan Agustus, dan September, Tetapi kembali mengalami penurunan pada bulan Oktober, November dan Desember. PT Sinar Global Sukses tentunya harus mengantisipasi penurunan penjualan produk ini dengan memeriksa penyebab penurunan penjualan produk.

Demikian halnya PT. Sinar Global Sukses menyediakan berbagai jenis alat alat bangunan agar mencukupi kepuasan pelanggan dengan kualitas dan merek yang bervariasi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Farizan, Rohman, & Hussein, 2018) dengan judul *The Effect Of Brand Identity, Brand Image, And Perceived Value On Loyalty With Customer Satisfaction As Mediation Variable For Costumer*

Fresh Juice Bintaro menyatakan bahwa variabel citra merek memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam beberapa kasus.

Sesuai dengan latar belakang yang ada, penulis akan membuat judul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SINAR GLOBAL SUKSES”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan masalah yang ada dilatar belakang maka dapat dijabarkan masalah-masalah dibawah ini antara lain:

1. Citra merek kurang baik menurunkan kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk yang didapatkan pelanggan kurang memuaskan.
3. Produk yang diimport dari luar negeri kualitasnya masih kurang.
4. Citra merek dan kualitas produknya buruk sehingga menyebabkan pelanggan kurang puas.

1.3. Pembatasan Masalah

1. Membatasi pembahasan citra merek produk.
2. Membatasi kualitas produk sesuai dengan indikator yang dijelaskan.
3. Membatasi *product* yang di jual oleh PT Sinar Global Sukses.
4. Kuesioner disebarkan ke pelanggan yang sudah memakai produk pada PT Sinar Global Sukses.

1.4. Perumusan Masalah

Untuk memperoleh rumusan masalah yang dijadikan pedoman awal dalam penelitian ini, maka diidentifikasi masalah dan batasan masalah yang akan

dibahas dalam peneliti. rumusan masalah dapat dijabarkan antara lain yaitu :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sinar Global Sukses?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sinar Global Sukses?
3. Apakah citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sinar Global Sukses?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini dibuat agar :

1. Untuk mengetahui citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sinar Global Sukses di kota Batam.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sinar Global Sukses di kota Batam.
3. Untuk mengetahui citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sinar Global Sukses di kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian pada “Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sinar Global Sukses” antara lain :

1.6.1. Aspek Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi para ilmuwan pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran.

1.6.2.Aspek Praktis

1. Bagi PT Sinar Global Sukses, bisa dijadikan alat untuk dipertimbangkan ketika mendefinisikan rencana baru atau langkah selanjutnya dan dapat digunakan sebagai alat untuk pengambil keputusan, terutama untuk manajemen pemasaran.
2. Untuk akademisi, Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai alat penambahan pengetahuan di perpustakaan perpustakaan Universitas Putera Batam dan bisa digunakan sebagai bahan perkiraan untuk penelitian selanjutnya.