

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki tujuan, yakni untuk memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen untuk memperoleh laba yang berguna, sebagai pendapatan perusahaan demi menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk, selain itu dapat berguna untuk terus memajukan atau mengembangkan usaha yang dikelola. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan utama perusahaan untuk meningkatkan laba dalam jangka panjang. Kunci dari kesuksesan perusahaan adalah mengetahui dengan jelas apa yang diinginkan konsumen serta, memenuhi kebutuhannya agar kepuasan konsumen dapat melahirkan kesetiaan konsumen dalam mengkonsumsi produk yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat terus meningkatkan labanya.

Menurut (Tjiptono, 2015:75) yang dikutip dari buku Strategi Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen telah menjadi fokus penting setiap organisasi, baik profit maupun nirlaba. Berbagai pihak menaruh perhatian pada isu strategik ini, di antaranya pemasar, konsumen, konsumeris, penelti perilaku konsumen, dan pemerintah. Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai salah satu tujuan pokok.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan, begitu pula dengan perusahaan yang akan dibahas dalam penelitian ini perusahaan PT Indragiri Makmur Sentosa . PT Indragiri Makmur Sentosa merupakan dealer motor Yamaha yang menyediakan berbagai produk motor yamaha. Yamaha selain menyediakan berbagai produk motor juga menyediakan suku cadang, dan bengkel resmi yanaha. Peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan ini menganggap kepuasan konsumen sebagai faktor terpenting bagi kelangsungan hidup perusahaan, serta dapat meningkatkan kunggulan dalam persaingan bisnis perusahaan. Peneliti juga beranggapan bahwa PT Indragiri Makmur Sentosa mengetahui dampak yang terjadi jika kepuasan konsumen terpenuhi.

Dampak positif tersebut jelas akan meningkatkan pembelian kembali produk pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen di PT Indragiri Makmur Sentosa peneliti menyimpulkan bahwa terdapat dua faktor atau variabel utama yang dapat menentukan tingkat kepuasan konsumen yakni, harga dan kualitas produk. Harga produk merupakan salah satu elemen terpenting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Variable pertama adalah harga.

Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai, bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa tersebut. Dengan demikian pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen terpenuhi, maka nilai (rasio antara manfaat yang dirasakan

dengan harga) akan meningkat pula. Harga memiliki dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan pada konsumen yakni, peran alokasi serta peran informasi. Peran alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya.

Menurut Kotler dalam (Danang Suntoyo, 2013:131) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak. Di dalam perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer lini produk.

Sedangkan peran informasi dari harga adalah fungsi dalam mendidik konsumen, mengenai faktor produk, misalnya kualitas suatu produk tertentu. Jadi, penetapan harga yang dapat bersaing serta ekonomis sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan serta meningkatkan kepuasan konsumen. Sedangkan Variabel kedua adalah kualitas produk.

Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan defenisi yang berpusat pada pelanggan.

Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu

disebut perusahaan berkualitas. tetapi kita harus membedakan antara kesesuaian kualitas dan kinerja (atau tingkat) kualitas.

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan dengan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan (Oentoro, 2012:127).

Secara umum faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk adalah kinerja yang merupakan karakteristik dasar produk, proses pembuatan produk, perlengkapan serta pengaturan yang digunakan dalam proses produksi, pembuatan barang yang terus berinovasi serta memiliki ciri khas, dan daya tahan suatu produk.

Permasalahan yang ditemukan dalam perusahaan ini adalah adanya penetapan harga yang kurang ekonomis sehingga menyebabkan daya saing perusahaan menurun. Penetapan harga yang kurang ekonomis atau kurang terjangkau ini dikarenakan belum adanya penekanan pada biaya produksi sehingga harga yang ditetapkan belum dapat bersaing. Adapun permasalahan dalam segi kualitas produk yang belum dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, ini bisa dikarenakan kurangnya kualitas produk serta alat atau sarana yang digunakan belum memadai.

Penetapan harga yang ekonomis dan bersaing tentu akan menghasilkan kepuasan konsumen serta menghasilkan kesetiaan konsumen walaupun terdapat perusahaan pesaing yang menghasilkan barang sejenis seperti perbandingan harga motor Yamaha Vixion R dengan harga OTR Rp28.800.000, sedangkan motor

Honda CB150 dengan harga OTR Rp26.330.000. maka dari segi harga konsumen akan merasakan lebih puas, karena sama-sama memiliki type motor SPORT.

Menetapkan kualitas produk sebagai unsur utama juga sangat penting, karena kualitas produk yang tinggi mencerminkan citra perusahaan yang tinggi.

Jadi, Penelitian ini penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan **"Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di PT Indragiri Makmur Sentosa"**

1.2. Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang tersebut sehingga peneliti melakukan identifikasi masalah, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Adanya penetapan harga produk yang kurang ekonomis dan kurang bersaing dipasaran.
2. Penetapan harga yang kurang ekonomis atau kurang terjangkau ini dikarenakan belum adanya penekanan pada biaya produksi.
3. Kualitas produk yang belum dapat bersaing dengan perusahaan lainya.

1.3. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen PT Indragiri Makmur Sentosa yang sudah menjadi konsumen minimal satu tahun.
2. Responden yang menjadi sampel sebanyak 128 responden.
3. Penelitian ini menggunakan variabel Harga dan Kualitas Produk sebagai variabel independen.

4. Penelitian ini menggunakan Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen.

1.4. Perumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah.

1. Apakah harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indragiri Makmur Sentosa?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indragiri Makmur Sentosa?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Indragiri Makmur Sentosa?

1.5. Tujuan Penelitian

Relevan dengan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen di PT Indragiri Makmur Sentosa.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT Indragiri Makmur Sentosa.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT Indragiri Makmur Sentosa.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini mempunyai manfaat sebagai tambahan informasi guna melengkapi teori-teori yang telah ada dan berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini yaitu pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen terhadap PT Indragiri Makmur Sentosa, serta penelitian ini dapat menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya.

1.6.2. Secara Praktis

Berikut adalah manfaat secara praktis yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan yakni bahan evaluasi serta perbaikan dari waktu ke waktu agar dapat mencapai tujuan perusahaan secara maksimal.

2. Bagi Kampus

Manfaat bagi akademis yakni dapat menjadikan skripsi ini sebagai acuan, pedoman, referensi atau petunjuk untuk membuat tugas akhir yang menjadi salah satu syarat kelulusan.