

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang sangat pesat berdampak pada persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Pertumbuhan teknologi informasi yang semakin canggih membuat pemasaran barang atau jasa untuk memasarkan produknya dan meraih konsumen sebanyak-banyaknya melalui dunia maya. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dengan meningkatkan kualitas produk dan menerapkan strategi harga dimana dalam menerapkan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk memberikan kualitas produk yang bagus dan menetapkan harga yang mampu bersaing sebuah perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan yang akan datang.

Dampak positif dari pelayanan baik meningkatkan kepuasan dan kesetiaan konsumen serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali, yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah dijual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka merasa dihargai sehingga mereka senang dan tersedia untuk menjadi konsumen tetap. Tingkat kepuasan konsumen juga sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga yang ditawarkan.

Kualitas produk sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu bisnis. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi akan memberikan keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang baik. Konsumen dalam menilai kualitas produk yang ditampilkan melalui *Marketing* dapat berbeda-beda tergantung bagaimana konsumen terhadap produk *handtools* tersebut. Penilaian tersebut menimbulkan positif dan persepsi yang negatif sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas produk di artikan sebagai penilaian dan perasaan konsumen terhadap kemampuan suatu produk yang berhubungan dengan pemakaian serta, berkaitan dengan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan memuaskan baik secara fisik maupun secara psikologis yang meliputi keadaan fisik, fungsi serta sifat suatu produk.

Menurut (Kotler & Amstrong, 2009 : 289), mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Selain itu harga juga merupakan indikator yang penting dalam memasarkan sebuah produk. Dan dapat dipengaruhi tingkat kepuasan konsumen ketepatan dalam menentukan harga akan mempengaruhi persaingan terhadap penjualan sebuah produk. Sesuai dengan teori ekonomi, biasanya permintaan akan berbanding terbalik harga, yakni semakin tinggi harga semakin rendah permintaan terhadap produk dan sebaliknya. Oleh karena itu penetapan harga yang tepat

perlu mendapatkan perhatian yang besar dari perusahaan, bahwa pada hakekat harga ditentukan oleh biaya produk, jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan data beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan di jatuhkan pada produk tersebut.

Pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada,

Di kota Batam adalah salah satu tempat yang bagus dalam berinvestasi di galangan kapal. Misalnya *supply* barang-barang *handtools* ke galangan kapal karena sudah sangat banyak galangan kapal di kota Batam, sehingga kita bisa dapat keuntungan yang lebih banyak. Salah satu *supplier* di kota Batam PT Hansway Indonesia. PT Hansway Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Ship Chandler*. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2003 dan telah memiliki banyak pelanggan dan telah di percaya sampai sekarang akan tetapi di samping itu perusahaan belakang ini menerima keluhan dari pelanggan seperti kualitas produk yang tidak sesuai harapan pelanggan. Pengetahuan akan barang juga menjadi salah satu faktor pelanggan tidak memahami produk yang diberikan oleh perusahaan sehingga terjadi hal di atas. Di sisi harga beberapa produk dari PT Hansway Indonesia masih di rasa tinggi di banding pesaing.

Sehingga hal tersebut berdampak pada penurunan jumlah pelanggan. Berikut adalah data penjualan PT Hansway Indonesia tahun 2017 :

Tabel 1.1 Data Penjualan PT Hansway Indonesia tahun 2017

Bulan	Penjualan	Presentase
Oktober	286.500.000	
November	335.500.000	17.10 %
Desember	295.500.000	-11.92 %
Januari	365.500.000	23.69 %

Sumber : Laporan keuangan PT Hansway Indonesia tahun 2017

Namun ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat, PT Hansway Indonesia tentu saja turun-naiknya penjualan secara total tiap bulan, misalnya penjualan pada bulan oktober adalah Rp 286.500.000 sedangkan pada bulan november adalah Rp 335.500.000 sehingga mengalami kenaikan sekitar 17.10%, pada bulan desember terjadi penurunan penjualan omset sekitar 11.92%, dan pada bulan januari juga mengalami kenaikan dan penurunan penjualan/omset. Terjadinya penurunan penjualan/omset dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk menyusun langkah baru, untuk melakukan perbaikan strategi dalam hal kualitas produk dan harga kepada pelanggan untuk memastikan kepuasan pelanggan puas.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT HANSWAY INDONESIA BATAM**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, dapat diambil identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk masih tidak sesuai dengan harapan konsumen
2. Harga masih tinggi di banding dengan pesaingan.
3. Penjelasan spesifikasi produk yang masih kurang jelas.
4. Lalai dalam menepati janji (seperti waktu pengantaran)
5. Harga yang diberikan tidak tetap sewaktu-waktu dapat berubah.

1.3. Pembatasan Masalah

Agak penelitian ini tidak terlalu luas dan juga dengan mempertimbangan keterbatasan waktu yang di miliki oleh peneliti maka penelitian ini di batasi pada:

1. Variabel yang di teliti adalah kualitas produk dan harga sebagai variabel independen, dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen
2. Objek penelitian ini adalah konsumen PT Hansway Indonesia Batam

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Hansway Indonesia di Batam?

2. Apakah pengaruh harga terhadap kepuasan produk pada PT Hansway Indonesia di Batam?
3. Apakah pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT Hansway Indonesia di Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Hansway Indonesia di Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Hansway Indonesia di Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT Hansway Indonesia di Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Teoritis

1. Bagi Penulis

Sebagai syarat yang harus dipenuhi dalam pembuatan skripsi untuk kelulusan di Universitas Putera Batam dan menambah wawasan tentang manajemen pemasaran terutama tentang kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya.

Sebagai panduan untuk penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan pemasaran sebuah perusahaan.

3. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen akademi yang berguna untuk dijadikan acuan dalam civitas akademi dan sumber referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.6.2. Praktis

Bagi Perusahaan kegunaan penelitian ini ditujukan bagi perusahaan yaitu hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai dasar yang objektif dalam mengambil keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan datang, terutama keputusan tentang perbaikan kualitas produk, penetapan harga dan peningkatan kepuasan pelanggan.