

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan di dunia bisnis kini semakin panas dengan terjadinya persaingan di pasar ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kemunculan perusahaan-perusahaan baru yang ingin menguasai dunia bisnis. Salah satu bidang usaha yang cukup menarik perhatian para pengusaha pada saat ini adalah bidang produk interior, mengingat produk-produk interior dapat memberikan kepuasan tersier untuk para pelanggan, sehingga untuk tetap bisa mempertahankan keuntungan yang bisa didapatkan oleh sebuah perusahaan, apalagi dengan kondisi persaingan ketat seperti ini, banyak perusahaan yang berlomba-lomba menjadi lebih kreatif, lebih inovatif dengan menghasilkan produk-produk yang lebih berkualitas dan memberikan pelayanan yang lebih baik dengan harga yang bisa diterima di kalangan masyarakat. Hal-hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan di tingkat maksimum yang kemudian bisa membawa keuntungan jangka panjang bagi suatu perusahaan.

Untuk bisa bertahan di dunia bisnis, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang banyak dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan jangka panjang. Kepuasan pelanggan tidak akan mencapai titik maksimum jika pelayanan yang diberikan dari sebuah perusahaan tidak sesuai dengan standar yang diinginkan oleh pelanggan itu sendiri. Jika dalam sebuah perusahaan dapat

memberikan pelayanan, harga dan kualitas produk yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan mencapai titik yang diharapkan oleh perusahaan itu sendiri.

Sampai saat ini, masih adanya keluhan dari para pelanggan mengenai harga produk yang ditentukan oleh perusahaan. Baik itu harga produk yang cenderung tinggi, maupun harga komponen-komponen lainnya yang tidak dihitung ke dalam harga jual produk. Namun pertimbangan perusahaan dalam menentukan harga tersebut sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Wajar saja apabila harga yang menjadi masalah bagi pelanggan, karena harga juga menjadi alat persaingan di dunia bisnis yang mungkin perusahaan lain miliki. Sehingga perlu strategi dan taktik serta pendekatan yang dilakukan agar perusahaan dengan pelanggan tetap saling menguntungkan.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu unsur yang sangat penting terhadap sebuah perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, ada beberapa dimensi yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayanan, di antaranya adalah kinerja, fitur, reliabilitas, kesesuaian dengan spesifikasi dan daya tahan, serta kesesuaian harga dengan kualitasnya.

Selain harga dan pelayanan yang menjadi faktor dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, kualitas produk juga menjadi faktor yang sangat penting dalam mencapai kepuasan pelanggan yang diharapkan perusahaan guna untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang. Apabila kualitas produk tersebut kurang baik sedikit saja menurut para pelanggan, maka mereka akan merasakan ketidakpuasan dan dengan cepat berpindah hati untuk membeli produk dari

perusahaan lain. 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, (Kotler & Armstrong Garry, 2008: 283).

Banyak penelitian terdahulu yang pernah meneliti pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Moh Dimiyanti dan N. Ari Subagio. Namun yang membedakan penelitian yang dilakukan oleh Dimiyanti dan Subagio dengan penelitian ini adalah pada objek penelitian, dan alat analisis yang digunakan. Total sampel yang digunakan penelitian Dimiyanti adalah sebanyak 133 (seratus tiga puluh tiga) responden, dengan menggunakan model analisis data SEM, sedangkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 224 (dua ratus dua puluh empat) responden dengan menggunakan SPSS sebagai model analisis datanya.

PT Tunas Interior Batam adalah salah satu cabang perusahaan dari PT Onna Prima Utama yang berpusat di Jakarta, yang didirikan oleh Bapak Erwin. Perusahaan ini bergerak di bidang produksi produk interior khususnya *blinds* dengan merek Onna sejak tahun 1975. PT Tunas Interior Batam memiliki karyawan sebanyak 76 (tujuh puluh enam) orang dengan usia rata-rata antara dua puluh satu tahun sampai dengan lima puluh tahun, dan lama kerja yang lebih dari dua tahun. Untuk bisa bersaing di dunia interior, PT Tunas Interior Batam menjunjung tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Berikut adalah jumlah pelanggan PT Tunas Interior Batam tahun 2016.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan PT Tunas Interior Batam tahun 2016

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Januari	36
2	Februari	32
3	Maret	35
4	April	36
5	Mei	62
6	Juni	37
7	Juli	26
8	Agustus	33
9	September	46
10	Oktober	49
11	November	66
12	Desember	51
Jumlah		509

Sumber: Marketing PT Tunas Interior Batam (2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diuraikan bahwa jumlah pelanggan pada bulan Mei 2016 adalah yang terbanyak di tahun 2016, sedangkan di bulan Juni mengalami penurunan hingga bulan Juli merupakan jumlah pelanggan yang paling sedikit di tahun 2016. Hal-hal ini terjadi karena adanya perubahan harga yang belum bisa diterima total oleh pelanggan, serta kualitas pelayanan dan kualitas produk yang mengalami penurunan.

Berdasarkan tabel dan pernyataan di atas pula, maka diuraikan secara rinci bahwa semakin mahal harga sebuah produk, semakin sedikit pula jumlah permintaan atas produk yang bersangkutan dan sebaliknya. Biaya ekspedisi yang mahal karena bahan baku yang diimpor dari luar Batam menjadi salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan harga jual sebuah produk. Biaya operasional seperti kenaikan UMK, kenaikan biaya listrik, biaya

pemeliharaan peralatan-peralatan yang digunakan dan biaya bahan baku lainnya yang cenderung mahal juga menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan harga produk yang dihasilkan di PT Tunas Interior Batam.

Kualitas pelayanan pada PT Tunas Interior Batam masih dikategorikan kurang memuaskan. Hal-hal yang sering terjadi seperti terlambat dalam mengirimkan penawaran harga produk, bagian tim pemasangan dan pengukuran produk *blinds* yang seringkali datang ke tempat pelanggan tidak tepat waktu, dan tim *direct selling* yang kurang profesional dalam menanggapi masalah yang dikomplain oleh pelanggan juga kesalahpahaman yang terjadi karena komunikasi yang kurang antara pelanggan dan tim *direct selling* dan *sales*, membuat tingkat kepuasan pelanggan di PT Tunas Interior Batam tidak berada di posisi yang diharapkan.

Hal-hal yang sering terjadi yang berkaitan dengan kualitas produk di sebuah perusahaan, khususnya di PT Tunas Interior Batam adalah kualitas bahan baku yang mengalami penurunan dari pihak distributor, dan variabel sumber daya manusia yang juga mempengaruhi kualitas produk seperti bagian QC yang kurang teliti dalam pengecekan produk yang sudah siap dikerjakan, bagian pemotong kain produk *blinds* yang kurang lihai, bagian ekspedisi yang kurang hati-hati sehingga produk yang dikirim ke luar Batam mengalami beberapa kerusakan, dan juga bagian produksi yang seringkali *misscommunication* dengan bagian *customer service*, sehingga produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan keinginan para pelanggan yang kemudian menyebabkan kualitas produk mengalami penurunan di mata para pelanggan.

Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan omset penjualan perusahaan, PT Tunas Interior Batam berusaha untuk mencapai kepuasan pelanggan yang maksimum melalui hasil produk yang kualitasnya dan pelayanannya yang lebih baik dengan harga yang bisa diterima oleh para pelanggannya dengan maksud untuk bisa meninggalkan sebuah pandangan yang positif untuk para pelanggan yang di kemudian hari bisa menjadi pelanggan tetap di PT Tunas Interior Batam, yang tentunya bisa membawakan keuntungan jangka panjang bagi PT Tunas Interior Batam.

Maka berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam sebuah judul: **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT TUNAS INTERIOR BATAM”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka identifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Biaya ekspedisi yang mahal karena bahan baku yang diimport dari luar Batam.
2. Kenaikan UMK, kenaikan biaya listrik, biaya pemeliharaan peralatan-peralatan yang digunakan, serta biaya bahan baku yang cenderung mahal menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan harga.
3. Masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan PT Tunas Interior Batam seperti terlambat dalam memberikan penawaran harga produk

blinds, bagian tim pemasangan dan tim pengukuran yang sering kali datang terlambat ke lokasi.

4. Tim *direct selling* yang kurang profesional dalam menanggapi masalah yang dikomplain oleh pelanggan.
5. Kesalahpahaman yang terjadi karena komunikasi yang kurang antara pelanggan dan tim *direct selling* dan *sales*.
6. Kurangnya kualitas produk yang disebabkan oleh penurunan kualitas bahan baku, bagian QC yang kurang teliti dalam pengecekan produk yang dihasilkan.
7. Kurangnya pengalaman tim produksi termasuk *misscommunication* antara *customer service* dan tim produksi itu sendiri, serta ekspedisi yang kurang hati-hati dalam pengiriman produk ke luar Batam.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.
2. PT Tunas Interior Batam sebagai objek penelitian.
3. Penulis membatasi masalah-masalah dalam penelitian ini dari bulan Januari 2016 sampai dengan Desember 2016.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Interior Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Interior Batam?
3. Apakah kualitas produk pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Interior Batam?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk sama-sama pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Interior Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Interior Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Interior Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Interior Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Interior Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Setelah menyebutkan beberapa tujuan yang hendak dicapai nantinya, penulis juga memberikan sedikit gambaran mengenai manfaat apa saja yang akan didapatkan ke dalam dua bagian utama di antaranya:

1.6.1 Aspek Teoritis

1. Penelitian ini bermanfaat untuk melatih meningkatkan dan mengembangkan kemampuan berpikir ilmiah, sistematis, metodologi dan pengalaman penulis dalam menyusun suatu wacana serta memperkaya ilmu pengetahuan.
2. Penelitian ini bermanfaat sebagai referensi bagi perpustakaan akademik yang tertarik untuk melakukan kajian di masa yang akan datang.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran sebagai bahan perbandingan mengenai harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan referensi dan dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan dalam civitas akademik dan sumber referensi bagi peneliti selanjutnya.