

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam dunia pemasaran hal yang mendasar dalam dunia bisnis adalah dengan melakukan kompetisi dalam sebuah perusahaan, hal yang bisa dilakukan perusahaan pada saat untuk mencapai kesuksesan dalam kompetisi usaha yang semakin meningkat ialah dengan membuat inovasi baru dan melindungi konsumen. Perusahaan juga bisa berupaya menciptakan dan membuat produk yang diharapkan konsumen dengan harga yang terjangkau dan pelayanan yang memuaskan. Setiap perusahaan tersebut juga harus bisa membaca kondisi perusahaan untuk masa depan dengan berupaya memberikan kebutuhan dan harapan para konsumen.

Timbulnya kondisi persaingan yang semakin hari semakin meningkat didunia bisnis saat ini maka seharusnya setiap perusahaan diminta untuk bekerja keras dan meningkatkan suatu kualitas untuk bisa bersaing didunia bisnis. Perusahaan juga harus lebih jeli dan teliti dalam membaca perubahan-perubahan yang terjadi didalam suatu perusahaan maupun diluar lingkungan perusahaan, dari kelemahan dan resiko persaingan bisins. Maka dari itu perusahaan diminta untuk dapat menciptakan strategi

yang lebih mudah di pahami oleh konsumen dan lebih efisien dalam menjalankan kegiatan usahanya sehingga perusahaan lebih siap dalam menghadapi dan membaca kondisi persaingan yang mungkin terjadi dikemudian hari.

Kepuasan konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk dipertahankan oleh setiap perusahaan. Khususnya dibidang penjualan *handphone second* dalam menjalankan kegiatan usahanya. Saat ini banyak bisnis penjualan *handphone second* yang bisa memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut (Soegoto, 2018: 1659) mendefinisikan kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk atau hasil terhadap ekspetasi mereka.

Untuk mencapai kepuasan konsumen dalam penjualan *handphone second* sangatlah bermanfaat bagi perusahaan yang bersangkutan, karna untuk membuat konsumen merasa puas itu tidaklah mudah, butuh proses dan kepercayaan yang tinggi membuat tingkat kepuasan itu akan timbul sehingga minat konsumen untuk membeli kembali itu akan timbul. Konsumen yang bersifat positif juga akan mendorong perusahaan untuk lebih maju. Sehingga pada saat mereka berkomunikasi kepada konsumen baru mereka bisa menyampaikan hal-hal yang positif yang mereka rasakan pada saat membeli barang di perusahaan tersebut, kemudian membuat konsumen baru tertarik untuk membelinya.

Untuk mengukur bagaimana baiknya penilaian konsumen terhadap masa depan bisnis itu bisa ditentukan dengan tingkat kepuasan konsumen, untuk menentukan dimensi suatu perusahaan kedepan agar bisnis suatu perusahaan bisa berjalan semestinya menurut (Assauri, 2012: 11). Perusahaan akan dapat mempertahankan keberadaan konsumen dengan memperhatikan dari tingkat kepuasan konsumen itu sendiri. Sehingga yang dapat menjadi salah satu faktor penentu suatu keberhasilan perusahaan ini ialah usaha dalam bidang penjualan *handphone second*.

Kepuasan konsumen bisa dikatakan menarik dikarenakan tingkat kepuasan konsumen bersifat dinamis. Tingkat kepuasan seseorang terhadap suatu barang dan jasa dari waktu ke waktu selalu berubah-ubah. Kebutuhan dan keinginan serta harapan tidak lagi sama dengan hari-hari sebelumnya. Begitu pula tingkat kepuasan konsumen selalu berubah-ubah, tergantung dari kondisi internal dan eksternal yang melekat pada diri konsumen itu sendiri.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, salah satu yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam jurnal (Sepang, 2017: 2476) ialah kualitas produk, harga dan tempat secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. hal ini ditujang dari hasil statistik yang menyatakan tingkat signifikasi. Pengaruh yang signifikan ini juga disebabkan dalam keadaan yang sama, yang berkaitan dengan kepuasan konsumen adalah variabel produk yang ditawarkan, harga yang bersaing dan lokasi pasar yang strategis.

Untuk menentukan kualitas dari suatu produk maka perusahaan harus mempertahankan kualitas produk itu sendiri terutama penjualan *handphone second*, untuk menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian suatu produk. Menurut (Sepang, 2017: 2471) kualitas produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pelanggan untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang fisik atau jasa. Menurut (Yamit, 2013: 8) mendefinisikan kualitas yang lebih luas cakupannya ialah kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Untuk menenukan standarisasi kualitas yang diinginkan maka perusahaan harus mencapai tingkat kualitas dari suatu produk. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Untuk mengetahui bagaimana konsumen itu melakukan pembelian kembali atau tidaknya tergantung dari pengalaman konsumen dalam menilai produk itu bagus atau tidaknya. Oleh karena itu, sektor usaha harus mampu membaca kebutuhan dan selera konsumen dalam menciptakan suatu produk yang belum dipenuhi oleh konsumen. pengembangan suatu produk itu harus sesuai dengan harapan dan selera konsumen karna keinginan yang tidak dapat dipenuhi oleh konsumen akan menimbulkan ketidakpuasan konsumen itu sendiri (Assauri, 2012:167). Akan tetapi penelitian memperoleh informasi bahwa masih ada konsumen yang kurang puas dengan produk yang

ditawarkan oleh perusahaan ini dikarenakan masih terdapat beberapa produk *handphone second* yang diinginkan kurang optimal, dikarenakan produk *handphone second* yang di beli konsumen atau digunakan ternyata belum sampai satu minggu barangnya sudah rusak, hal ini membuat konsumen kurang puas, meskipun diberi garansi dari perusahaan tersebut.

Selain kualitas produk, hal yang harus diperhatikan pada saat perusahaan melakukan persaingan usaha khususnya di bidang penjualan *handphone second* yaitu menentukan penetapan harga. Dimana harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk menurut (Lite, 2017: 361). Dalam mempertimbangkan beberapa hal yang ada disuatu produk pada sebuah perusahaan maka harga menjadi kebijakan yang harus ditetapkan, karna pada saat harga itu murah atau mahalny suatu barang atau jasa itu sangat tergantung pada kebijakan perusahaan. Sehingga perusahaan harus lebih jeli dalam membaca kondisi harga yang ditentukn oleh para pesaing usaha sehingga harga yang ditetapkan oleh perusahaan itu tidak terlalu tinggi atau tidak terlalu rendah.

Bagi konsumen, manfaat yang diperoleh suatu barang atau jasa sering kali dikaitkan dengan penetapan harga. Hal ini membuat pembeli merasa harga tidak hanya ditentukan oleh perilaku konsumen akan tetapi harga juga ditentukan sebagai kualitas produk suatu perusahaan dan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan perusahaan (Assauri, 2012: 194). Oleh sebab itu, perusahaan yang menawarkan produk yang

berkualitas dan memiliki nilai lebih, perusahaan itu harus memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang ditawarkannya. Sehingga, harga yang ditetapkan oleh perusahaan lebih terjangkau dan bisa mempertahankan kualitas suatu produk. Masih terdapat konsumen yang beranggapan bahwa harga *handphone second* yang ditetapkan oleh perusahaan ini lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain. Kemudian juga masih banyaknya perusahaan sejenis membuat konsumen baru merasa ragu untuk membeli *handphone second* di perusahaan tersebut.

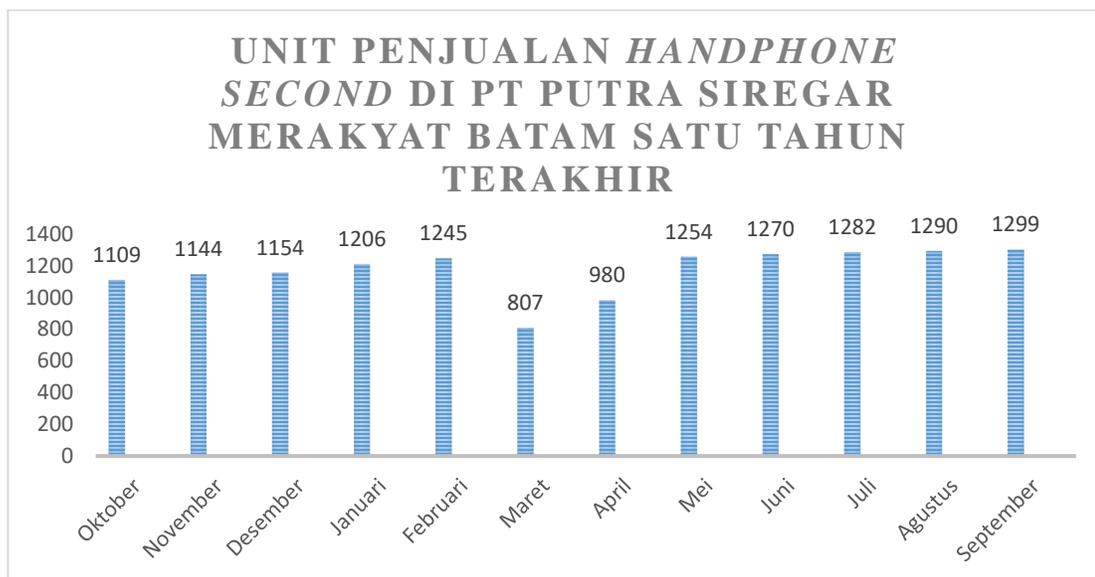
Dalam suatu perusahaan, khususnya yang bergerak dalam bidang penjualan *handphone second* kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Menurut (Diza Farah, 2016: 111), mendefinisikan kualitas pelayanan ialah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Hal ini akan membuat pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya Tarik konsumen. Pelayanan yang berkualitas juga akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan. Akan tetapi masih ada yang menilai pelayanan yang diberikan perusahaan ini kurang maksimal. Karena beberapa konsumen menganggap pelayanan dari perusahaan ini tidak menguasai, sehingga pada saat konsumen menanyakan tentang produk dan harga *handphone second* karyawannya malah bertanya kepada karyawan yang lain. Sehingga konsumen merasa kurang puas dan yakin untuk membeli barang di perusahaan tersebut.

Bidang bisnis yang semakin meningkatnya persaingan usaha saat ini adalah bisnis dalam bidang jasa. Penelitian saat ini ialah pada PT Putra Siregar Rakyat Batam. PT Putra Siregar Rakyat Batam merupakan salah satu bisnis penjualan *handphone second* yang banyak diminati konsumen. PT Putra Siregar Rakyat Batam ini sudah berdiri sejak tahun 2013 dan sudah memiliki beberapa cabang seperti di Pekanbaru, Medan, Bandung dan Jakarta. PT Putra Siregar Rakyat Batam ini memiliki lokasi yang strategis dipusat Kota, membuat konsumen mudah untuk mencari atau membeli barang diperusahaan tersebut. Kemudian perusahaan ini juga banyak diminati konsumen dikarenakan mereka bisa mempromosikan produk mereka melalui media sosial, hal ini banyaknya konsumen baru yang berminat dan tertarik untuk membeli produk diperusahaan tersebut.

Maka dari itu untuk persaingan penjualan *handphone second* di Kota Batam terdapat beraneka ragam penjualan *handphone second* mulai dari skala kecil seperti penjualan ditepi jalan didaerah jodoh sampai dengan skala besar dipusat pembelanjaan *handphone* terbesar di Batam yaitu Mall Lucky Plaza. Dengan adanya persaingan yang semakin hari semakin meningkat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis penjualan *handphone second* yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga dan pelayanan yang berbeda. Dengan demikian, para pelaku bisnis penjualan *handphone second* harus bisa menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis penjualan *handphone second* juga harus bisa

melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, PT Putra Siregar Merakyat Batam terus melakukan strategi baru dengan memperluas target bisnis, meninjau kembali harga produk dan pelayanannya, membuat program baru untuk mempromosikan produk, dan menjaga kesetiaan konsumen. Hal yang perlu dibuat untuk memenuhi kepuasan konsumen. Dengan membuat supaya kepuasan konsumen bisa diharapkan perusahaan, maka persaingan bisa unggul dibanding kompetitornya. Adapun data penjualan PT Putra Siregar Merakyat Batam dapat dilihat dari penjualan produk dari satu tahun terakhir, adapun Grafik yang bisa kita lihat ialah:



Gambar 1.1. Grafik penjualan PT Putra Siregar Merakyat Batam satu Tahun terakhir

Berdasarkan tabel dan grafik di atas maka penjualan *handphone second* pada PT Putra Siregar Merakyat Batam pada beberapa bulan terakhir selama tahun 2017-2018 mejadi fluktuasi volum kegiatan pejualan. Tingkat penjualan paling rendah terjadi pada bulan Maret sampai April dengan total unit 807 dan 980 unit. Banyak faktor yang menyebabkan penurunan penjualan salah satunya ialah pemasaran yang tidak berjalan dengan fungsinya, sehingga penjualan tidak maksimal.

Dengan demikian berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka peneliti tertarik untuk menguji secara lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Peneliti akan mengkaji masalah tersebut dengan mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Putra Siregar Merakyat Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat didefinisikan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Masih terdapat beberapa produk *handphone second* yang diinginkan konsumen kurang optimal.
2. Masih banyaknya perusahaan-perusahaan sejenis membuat konsumen merasa ragu untuk membeli *handphone second* di PT Putra Siregar Merakyat Batam.
3. Masih terdapat konsumen yang menilai harga *handphoen second* yang ditetapkan PT Putra Siregar Merakyat Batam lebih tinggi di bandingkan dengan perusahaan lain.
4. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT Putra Siregar Merakyar Batam kurang maksimal.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini.

1. Penelitian ini akan difokuskan pada keempat variabel yaitu: Kualitas produk, Harga, Pelayanan dan Kepuasan konsumen pada PT Putra Siregar Merakyat Batam.

2. Penelitian ini akan difokuskan pada variabel bebas yaitu: Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan pada PT Putra Siregar Merakyat Batam.
3. Penelitian ini akan difokuskan pada variabel terikat yaitu: Kepuasan konsumen PT Putra Siregar Merakyat Batam.

1.4. Perumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah di sebutkan diatas, maka didapatkan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Putra Siregar Merakyat Batam?
2. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Putra Sirega Merakyat Batam?
3. Apakan pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Putra Siregar Merakyat Batam?
4. Apakah produk, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Putra Siregar Merakyat Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Putra Siregar Merakyat Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Putra Siregar Merakyat Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Putra Siregar Merakyat Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Putra Siregar Merakyat Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Putra Siregar Merakyat Batam, adalah:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah di peroleh selama perkuliahan dan mengetahui sampai sejauh mana kualitas atau kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan teori yang ditelitinya kedalam dunia usaha atau kerja.

2. Bagi Pihak Perusahaan

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam ilmu pemasaran terutama mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Putra Siregar Merakyat Batam.

3. Bagi Pembaca Lain

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai referensi pengetahuan dan dalam penelitian-penelitian lainnya dibidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan variabel kepuasan konsumen.

4. Bagi Pihak Akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan humaniora khususnya program studi manajemen perbankan dalam rangka memperkaya referensi bahan penelitian dan sumber bacaan sehingga dapat membantu dalam memperlancar penelitian.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini bagi perusahaan khususnya pada PT Putra Siregar Merakyat Batam adalah bisa memberikan informasi tentang kualitas produk harga dan pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual. Sehingga dapat menentukan perbaikan kualitas produk, hargan dan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen dan akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen lebih tinggi lagi dan jumlah konsumen menjadi relatif lebih banyak.