

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis terbilang sangat ketat. Apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Setiap perusahaan berusaha melalui produk yang dihasilkan tujuan dan sasaran perusahaannya. Produk yang dihasilkan dapat terjual atau dibeli oleh pelanggan akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Pada akhirnya terjadilah persaingan antara perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa kepuasan pada pelanggan dan akhirnya pelanggan akan loyal terhadap perusahaan PT.Matahari Departemen Store Mega Mall Batam.

Banyak sekali perusahaan yang memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan agar tetap setia (resisten) terhadap produk dan jasa sebuah perusahaan. Resistensi sikap konsumen ditunjukkan dengan loyalitas terhadap suatu produk dan jasa yang mereka konsumsi. Jika kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap kualitas pelayanan juga akan menimbulkan loyalitas yang berkelanjutan. Kepuasan pelanggan sudah menjadi konsep sentral dalam

wacana bisnis dan manajemen.

Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk dan jasa maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan PT.Matahari Departemen Store Mega Mall Batam.

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk dan jasa, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk dan jasa tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam penyertaan misinya, iklan maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara hasil aktual dengan

ekspektasi standar pelanggan yang dibentuk dari pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat

kinerja yang seharusnya diterima dari merek tertentu (Tjiptono, 2014: 355) .

Dari definisi ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah konsumen menunjukkan bahwa harapan dan persepsi terhadap kinerja akan mempengaruhi kepuasan konsumen secara langsung. Harapan dan tingkat kinerja aktual akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan akan menjadi masukan bagi konsumen dalam mempersepsikan kualitas pelayanan.

Tabel 1.1. Data Kualitas Pelayanan LGS Casual PT Matahari Departemen Store

No	BULAN	PENJUALAN (PISCES)
1	Januari	117
2	Februari	47
3	Maret	70
4	April	95
5	Mei	769
6	Juni	21
7	Juli	67
8	Agustus	65
9	September	58
10	Oktober	77
11	November	60
12	Desember	80

Sumber: PT matahari departemen store mega mall batam. Tahun 2018

Dari tabel diatas perkembangan penjualan produk pakayan merek LGS casual pada bulan-bulan tertentu selama tahun 2018 terjadi fluktuasi volume kegiatan penjualan. Tingkat penjualan paling rendah terjadi pada bulan februari, september, dan november. dengan total pisces yaitu 47 pisces pada bulan februari, pada bulan september 58 pisces sedangkan pada bulan november penjualan 60 pisces.

Banyak faktor yang menyebabkan hal ini, salah satunya adalah jumlah barang merek lain lebih banyak sehingga lebih di dukung oleh pihak perusahaan dibandingkan dengan merek LGS casual.

Kualitas pelayanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan Konsumen sesuai dengan ekspektasi Konsumen (Tjiptono, 2012:157). Sehingga pada PT.Matahari Departemen Store Mega mall batam

perlu meningkatkan kembali kualitas pelayanan pada tiap bulan-bulan sepi, harus ditanamkan sikap yang berorientasi pada konsumen dengan mendengarkan suara konsumen. Apa yang diinginkan konsumen sebab pelayanan yang berkualitas merupakan hal yang dapat memuaskan konsumen. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Berdasarkan obsevasi yang terkait masalah pelayanan pada merek LGS casual yaitu kurangnya kualitas pelayanan yang disebabkan tingginya stres kerja karyawan kurang motivasi dalam bekerja kuranya promosi, jarang mengirim barang ketika tidak ada *season* sehingga barang yang ditawarkan adalah barang sisa sehabis *season* sehingga konsumen yang sudah loyal bisa berpindah ke pesaing lainnya. Karena keterbatasan koleksi dan pilihannya.

Selain itu masalah yang lain adalah kualitas produk. Kualitas produk dapat memberikan kesan baik dan memberikan kepuasan pada konsumen yang memakai produk tersebut. Setelah pemakaian kita dapat mengetahui apakah konsumen merasa puas atas produk yang diberikan sehingga mencapai kepuasan konsumen. Kualitas produk dapat dirasakan setelah digunakan atau dikonsumsi yang mencakup daya tahan, kehandalan, kekuatan dan kenyamanan. Produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan dan kenyamanan. Produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Abdulah & Tantri, 2012: 153). Dari pendapat yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk juga memiliki peranan penting karena kualitas produk adalah hal pertama yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik konsumen potensial apabila mereka merasa terpuaskan dengan produk tersebut. Faktor-faktor di atas sangat memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, faktor tersebut mendorong konsumen menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sementara perusahaan memiliki kesempatan untuk mengetahui lebih baik kebutuhan dan harapan konsumen.

Tabel 1.2. Data Kualitas Produk LGS Casual PT Matahari Departemen Store

No	BULAN	Produk rijek/rusak
1	Januari	10
2	Februari	12
3	Maret	17
4	April	18
5	Mei	22
6	Juni	26
7	Juli	27
8	Agustus	28
9	September	30
10	Oktober	32
11	November	34
12	Desember	38

Sumber: PT matahari departemen store mega mall batam. Tahun 2018

Dalam data produk di atas kualitas produk setiap tahunnya terjadi peningkatan barang rijek atau rusak yang diakibatkan kelalaiian pihak garment dan bagian gudang yang tidak teliti dalam proses pengiriman barang dan semakin tahun kualitas produknya dikurangi sehingga menggundang complin dari *customer* loyal. Hal lain yang menyebabkan kurangnya kualitas produk disebabkan Masalah pada kualitas produk yang membuat pelanggan kecewa dari hasil observasi lapangan yaitu .untuk produk bawahan (celana) gampang pudar. celana gampang sobek pada bagian kantong di karenakan katun 100% sehingga untuk ketahanannya kurang, model dan *variasi* warna tidak begitu banyak pilihan sehingga pelanggan yang sudah *royal* masih bisa melirik kompetitor lainnya. Karena keterbatasan pada *variasi* merek tersebut.

Kepuasan Konsumen, dalam hal ini Tidak ada gunanya menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas kalau tidak dapat menciptakan dan mempertahankan konsumen. Mempertahankan konsumen berarti mengharapkan

konsumen melakukan pembelian ulang atas produk dan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kemudian hari.

Kepuasan konsumen menurut (Kotler & Keller, 2009:146) adalah tingkat persaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelum melakukan pembelian dan dan dirasakan setelah pembeliannya

Berdasarkan paparan tersebut di atas, maka peneliti merasa perlu untuk melakukan kegiatan penelitian dengan judul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MEREK LGS CASUAL PADA PT. MATAHARI DEPARTEMENT STORE**

1.2. Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut di atas sehingga peneliti melakukan identifikasi masalah dari penelitian ini, yaitu:

1. Kurangnya kualitas pelayanan disebabkan oleh tingginya stres karyawan dan kurangnya motivasi kerja karyawan.
2. Kurangnya kualitas produk disebabkan kelalaian pihak garment dan bagian gudang dalam proses pengiriman barang.
3. Kurangnya kepuasan konsumen di sebabkan oleh daya tahan produk celana pada bagian saku mudah robek dan keterbatasan *variasi*.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dan dikarenakan keterbatasan ruang dan waktu dan masih minimnya pengetahuan peneliti sehingga dilakukan pembatasan masalah ,dalam hal ini yang peneliti fokuskan hanya pada:

1. Variabel bebas penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk dan variabel terikat adalah kepuasan konsumen.
2. Data dalam Penelitian ini dilakukan pada januari sampai dengan desember2018Objek penelitian hanya pada konsumen Loyal merek LGS casual PT Matahari Departemen Store Mega Mall Batam.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen merek LGS casual .PT.Matatahari Departemen Stroe Mega mall batam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. merek LGS casual .PT.Matatahari Departemen Stroe Mega mall batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen merek LGS casual .PT.Matatahari Departemen Stroe Mega mall batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen merek LGS casual .PT.Matatahari Departemen Store Mega mall Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen merek LGS casual .PT.Matatahari Departemen Store Mega mall Batam.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen merek LGS casual .PT.Matatahari Departemen Store Mega mall Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan keadaan maka manfaat penelitian yang di peroleh adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengembangan pengujian ilmu teori dan ilmu pengetahuan khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

1.6.2 Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian serta referensi untuk diperbaharui dan dikembangkan untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah wawasan bagi pembaca tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi perusahaan

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan informasi bagi pihak PT Matahari Departemen Store Mega mall Batam mengenai faktor-faktor kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan dan kualitas produk sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang di ambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang