

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini sebagian besar individu terlibat dalam aktivitas berbisnis, yang menunjukkan bahwa hal itu semakin umum. Dalam kehidupan individu, seringkali ditemukan bahwa tindakan setiap orang tidak dapat dipisahkan dari bisnis. Selain itu, di era perdagangan bebas, yang berarti bahwa perusahaan yang beroperasi di industri perdagangan dan jasa, baik dalam skala besar maupun kecil, mengalami perkembangan yang sangat cepat. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya perusahaan yang memperluas operasinya dan menciptakan kemampuan baru, terutama yang bergerak di bidang perdagangan. Karena ada begitu banyak jenis perusahaan, tingkat persaingan secara alami cukup tinggi.

Keragaman produk merupakan faktor terpenting dalam kepuasan konsumen menurut Suyono & Ernawati (2022:2) keragaman produk adalah produk yang dapat dibeli dalam berbagai macam versi dan variasi. Keragaman produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan adalah yang membedakannya dari bisnis lain yang beroperasi di kategori pasar yang sama. Keragaman produk mengacu pada adanya berbagai macam produk yang berbeda satu sama lain dalam hal kuantitas, kesesuaian selera dan harapan, serta ketersediaan produk yang ditawarkan sehingga pada akhirnya konsumen membelinya dari produsen dan konsumen menggunakan atau mengkonsumsinya.

Kualitas produk merupakan faktor selanjutnya yang terpenting dalam kepuasan konsumen menurut Hikmah *et al.* (2019:583) jika kualitas produk yang

ditawarkan tinggi maka konsumen akan tertarik dan lebih cenderung untuk menggunakan jasa produk tersebut, namun jika kualitas produk yang ditawarkan rendah maka konsumen akan semakin kecil kemungkinannya untuk menggunakan jasa produk tersebut. Konsumen akan menyarankan barang yang digunakannya kepada orang lain karena semakin tinggi tingkat keunggulan suatu produk, maka semakin besar pula tingkat kebahagiaan yang akan dirasakan oleh semua konsumen.

Kepercayaan merupakan faktor selanjutnya yang terpenting dalam kepuasan konsumen menurut Badir & Andjarwati (2020:42) kepercayaan sebagai landasan dari setiap bisnis yang sukses dan proses mendapatkan konsumen baru adalah salah satu elemen terpenting dalam memastikan kepuasan konsumen sepenuhnya. Ketika pihak yang terkena dampak sudah mendapatkan pembuktian dari pihak lain, seperti rekomendasi produk yang sudah dibeli, maka kepercayaan sudah terjalin. Setelah semua informasi yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang ditarik konsumen tentang hal-hal, fitur, dan keunggulan, langkah selanjutnya adalah mendapatkan kepercayaan konsumen.

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai perasaan individu baik kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja aktual dengan kinerja yang diharapkan dari suatu produk atau jasa yang telah dihasilkan pada suatu perusahaan. Secara umum diterima bahwa kepuasan konsumen adalah konsep multi segi yang tidak hanya mencakup produk akhir tetapi juga aspek seperti biaya, aksesibilitas fasilitas, pertimbangan teknologi dan interpersonal dan yang lainnya. Tingkat kepuasan seorang konsumen juga sangat subyektif, karena

pengalaman satu konsumen akan sangat berbeda dengan konsumen yang lainnya (Putra *et al.*, 2019:4).

PT Trisigma Globalindo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang distributor serta *retail* dalam menjual perlengkapan toko bangunan di Kota Batam. Seiring dengan kemajuan Kota Batam persaingan perusahaan dibidang bahan bangunan menjadi lebih ketat antara perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. Oleh karena itu PT Trisigma Globalindo memiliki strategi dengan menawarkan berbagai pelayanan diantaranya keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, akan tetapi strategi yang diberikan PT Trisigma Globalindo belum seutuhnya efektif hal ini dikarenakan masih terdapat berbagai masalah disetiap strategi yang diberikan.

Permasalahan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo yaitu keragaman produk yang merupakan kelengkapan produk dengan merek atau ukuran yang dijual. Berdasarkan data yang telah diperoleh mengenai keragaman produk yang dijual oleh PT Trisigma Globalindo serta data keragaman produk pesaing didapatkan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Keragaman Produk PT Trisigma Globalindo

No	PT Trisigma Globalindo	Bintan Jaya Sukses
1	Asiapaints	Nippon Paint
2	Professional Tile Cutter	Professional Tile Cutter
3	Asaki Tools	Asiapaints
4	Tekiro	Asaki Tools
5	MultiPro	MultiPro
6	Bitec	Medalist
7	Bosch	Sam Lee
8	Nippon Paint	WD-40
9	-	Vip
10		Water Tec
11		Wsan

Sumber: PT Trisigma Globalindo (2023)

Data yang diberikan dalam tabel 1.1 di atas mengindikasikan bahwa terdapat berbagai jenis keragaman produk yang dijual PT Trisigma Globalindo dengan pesaingnya, akan tetapi jenis keragaman produk yang dijual oleh PT Trisigma Globalindo belum seutuhnya dapat menyaingi pesaingnya dikarenakan keragaman produk PT Trisigma Globalindo kurang beragam jika dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PT Trisigma Globalindo didapatkan bahwa pada permasalahan keragaman produk, konsumen selalu mengeluhkan dengan keragaman produk dijual dimana konsumen menilai bahwa keragaman produk yang dijual PT Trisigma Globalindo dinilai kurang lengkap, sehingga konsumen tersebut harus mencari perusahaan yang lain untuk membeli produk yang diinginkannya sehingga hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Permasalahan selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo yaitu kualitas produk, pada produk yang dijual PT Trisigma Globalindo belum sesuai dengan harapan konsumen hal ini terbukti masih ada pengembalian produk yang dilakukan konsumen dalam satu bulan. Adapun data yang diperoleh terkait dengan pengembalian produk pada Januari sampai dengan September tahun 2022 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pengembalian Produk Pada PT Trisigma Globalindo

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pengembalian Produk (Pcs)
1	Januari	2022	16
2	Februari	2022	17
3	Maret	2022	57
4	April	2022	6
5	Mei	2022	5
6	Juni	2022	3
7	Juli	2022	46
8	Agustus	2022	60

Tabel 1.2 Lanjutan

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pengembalian Produk (Pcs)
9	September	2022	22
10	Oktober	2022	8
11	November	2022	6
12	Desember	2022	29

Sumber: PT Trisigma Globalindo (2023)

Data yang diberikan dalam tabel 1.2 di atas mengindikasikan bahwa terdapat sejumlah konsumen melakukan pengembalian produk kepada PT Trisigma Globalindo yang berkisar antara 3-60 produk dalam satu bulan, dalam hal ini kualitas produk pada PT Trisigma Globalindo belum seutuhnya memiliki kualitas yang terbaik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PT Trisigma Globalindo didapatkan bahwa konsumen yang melakukan pengembalian produk dikarenakan produk terdapat kerusakan yang dimana kerusakan yang sering terjadi pada pistol silicon yang mengeras kemudian lem yang bocor. Dari hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk pada PT Trisigma Globalindo masih belum sesuai keinginan konsumen. Oleh karena itu, PT Trisigma Globalindo diharapkan untuk dapat memeriksa kembali produk yang dikirim hal ini agar produk yang diterima konsumen memiliki kualitas yang diinginkan.

Permasalahan selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo yaitu kepercayaan, akan tetapi pada PT Trisigma Globalindo masih terdapatnya sejumlah keluhan konsumen yang dapat mempengaruhi kepercayaan. Adapun data yang diperoleh mengenai keluhan konsumen pada PT Trisigma Globalindo sebagaimana dapat ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 1.3 Keluhan Konsumen Pada PT Trisigma Globalindo

No	Keluhan Konsumen
1	Waktu pengantaran produk kealamat konsumen yang lama
2	Kurang ramahnya karyawan dalam menawarkan produk kepada konsumen
3	Kurangnya pengetahuan karyawan terhadap produk perusahaan
4	Produk yang datang tidak ditata dengan rapi

Sumber: PT Trisigma Globalindo (2023)

Data yang diberikan dalam tabel 1.3 di atas mengindikasikan bahwa terdapat keluhan konsumen yang dimana hal tersebut sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian pada PT Trisigma Globalindo. Permasalahan tersebut dikarenakan waktu pengantaran produk kealamat konsumen yang lama, selanjutnya kurang ramahnya karyawan dalam menawarkan produk, dalam hal ini terdapat karyawan acuh tidak acuh dalam melayani konsumen. Selain itu, terdapat karyawan yang kurang dalam pengetahuan produk yang dijual, yang dimana karyawan tersebut tidak dapat menjelaskan produk dengan *detail* kepada konsumen. Kemudian konsumen mengeluhkan dengan produk yang datang tidak ditata dengan rapi yang dimana produk diletakkan secara asal-asalan diteras rumah.

Kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo belum maksimal hal ini dikarenakan masih terdapat konsumen yang mengeluhkan terkait dengan keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan, hal ini terbukti dengan data yang diperoleh yang menunjukkan jumlah konsumen banyak mengalami penurunan setiap bulannya. Adapun data yang diperoleh tentang jumlah konsumen PT Trisigma Globalindo pada Januari sampai Desember tahun 2022 sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 1.4 Jumlah Konsumen PT Trisigma Globalindo

No	Bulan	Tahun	Jumlah Konsumen	Kenaikan / Penurunan	Persentase
1	Januari	2022	265		
2	Februari	2022	243	-22	-8.30
3	Maret	2022	232	-11	-4.53
4	April	2022	216	-16	-6.90
5	Mei	2022	210	-6	-2.78
6	Juni	2022	198	-12	-5.71
7	Juli	2022	188	-10	-5.05
8	Agustus	2022	201	13	6.91
9	September	2022	209	8	3.98
10	Oktober	2022	216	7	3.35
11	November	2022	200	-16	-7.41
12	Desember	2022	197	-3	-1.50

Sumber: PT Trisigma Globalindo (2023)

Data yang diberikan dalam tabel 1.4 di atas mengindikasikan bahwa terjadi penurunan jumlah konsumen pada Februari sampai dengan Juli tahun 2022, kemudian jumlah konsumen terjadi kenaikan pada Agustus sampai dengan Oktober tahun 2022, akan tetapi pada November sampai dengan Desember terjadi penurunan kembali. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PT Trisigma Globalindo didapatkan bahwa terjadinya penurunan konsumen diakibatkan pada perilaku konsumen yang dimana terkait permasalahan yang belum dapat terselesaikan secara maksimal oleh PT Trisigma Globalindo. Oleh karena itu, diharapkan PT Trisigma Globalindo dapat segera menyelesaikan permasalahan dengan cara maksimal, hal ini bertujuan agar dapat mencapai kepuasan konsumen sehingga jika konsumen merasa puas maka jumlah konsumen dapat meningkat.

Dari penjelasan yang disampaikan latar belakang mengenai permasalahan pada penelitian ini sehingga peneliti tertarik untuk dapat melakukan penelitian yang diberikan judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan**

Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Trisigma Globalindo”.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang menjelaskan permasalahan terkait dengan penelitian ini sehingga indentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Keragaman produk yang dijual oleh PT Trisigma Globalindo belum seutuhnya dapat menyaingi pesaingnya.
2. Keragaman produk pada PT Trisigma Globalindo konsumenn menilai bahwa produk yang dijual kurang lengkap.
3. Kualitas produk pada produk yang dijual PT Trisigma Globalindo belum sesuai dengan harapan konsumen.
4. Terdapat sejumlah konsumen melakukan pengembalian produk kepada PT Trisigma Globalindo yang berkisar antara 3-60 produk dalam satu bulan.
5. Waktu pengantaran pesanan konsumen yang lama
6. Karyawan yang kurang dalam pengetahuan produk yang dijual dan produk yang datang tidak ditata dengan rapi.
7. Kurang ramahnya karyawan dalam menawarkan produk.
8. Jumlah konsumen PT Trisigma Globalindo banyak mengalami penurunan setiap bulannya.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik sehingga peneliti membatasi masalah seperti berikut:

1. Variabel bebas yang akan diteliti dengan dapat melibatkan keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan serta pada variabel terikat melibatkan kepuasan konsumen.
2. Responden yang akan diteliti merupakan pembeli atau konsumen PT Trisigma Globalindo di Kota Batam pada tahun 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Terkait dengan judul penelitian yang diteliti sehingga mendapatkan rumusan masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo?
4. Apakah keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo?

1.5 Tujuan Penelitian

Seperti yang dijelaskan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka tujuan yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo.

3. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo.
4. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Secara Teoritis

Diharapkan temuan penelitian ini akan memberikan bahan yang dapat memberikan kontribusi untuk kemajuan ilmu penelitian, khususnya di bidang manajemen pemasaran yang berhubungan dengan pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

1.6.2 Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan implementasi dari teori-teori yang telah dipelajari dalam perkuliahan yang akan dipraktikkan di dunia nyata, dan diharapkan para peneliti dapat memperluas pemahaman tentang keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen sebagai hasil dari penelitian ini.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi manajemen, dan diharapkan juga penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai sumber informasi tambahan yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan agar dapat berjalan dengan baik.

c. Bagi Universitas Putera Batam

Temuan penelitian ini diantisipasi untuk menjadi bagian dari pengetahuan akademik dan berfungsi sebagai referensi untuk penelitian masa depan tentang isu-isu yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya serta memberikan ide-ide baru bagi pembaca yang terkait dengan keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.