

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang ini, banyak perusahaan yang berkembang di sebuah industri. Dengan teknologi yang semakin meningkat dapat mempermudah pengusaha melakukan pekerjaannya dengan efisien. Adanya industri yang berada di suatu wilayah bisa mendapatkan respon baik dari masyarakat sekitar dan masyarakat luar, karena dapat membantu membuka peluang kerja, sehingga semakin sedikit pengangguran dan mengurangi jumlah kemiskinan di wilayah tersebut.

Bisnis konveksi merupakan salah satu bisnis yang memproduksi pakaian jadi, yang setiap saat dibutuhkan mulai dari anak kecil sampai orang dewasa. Dimana produk yang di produksi berdasarkan size S, M, L dan XL dalam jumlah yang banyak. Keberadaan konveksi sangat menunjang terhadap kemajuan industri pakaian jadi di Pekalongan. Setiap pengusaha konveksi dituntut untuk terus memberikan inovasi yang baru agar dapat bersaing. Hal ini disebabkan agar perusahaan mempunyai pengetahuan yang luas tentang manajemen usahanya, seperti pengolahan bahan baku, sumber daya manusia, serta keuangan agar dapat bertahan dan memperoleh keuntungan yang maksimal (Sumber: Wikipedia.org).

Kemeja merupakan salah satu fashion ikon yang menjadi pilihan banyak orang, baik pria maupun wanita. Kemeja adalah pakaian dengan ciri khas berkerah, memiliki lengan panjang, berkancing dari atas sampai bawah dan

beberapa memiliki kantong di salah satu sisi atau kedua sisinya. Terdapat data penjualan dari bisnis konveksi kemeja di Pekalongan. Kuatnya persaingan membuat bisnis konveksi ini berkembang dan banyak bisnis konveksi yang gulung tikar karena tidak mampu bersaing dengan bisnis konveksi lainnya. Berikut data penjualan konveksi kemeja Surip di Pekalongan.

Tabel 1.1
Penjualan Konveksi Kemeja Surip



Sumber: Konveksi Kemeja Surip di Pekalongan, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dijelaskan jumlah penjualan pada konveksi kemeja Surip di Pekalongan dari tahun ke tahun mengalami penurunan dan kenaikan. Penjualan terbanyak selama empat tahun terakhir pada tahun 2017 yaitu dengan jumlah 42,600 produk. Pada tahun 2016 penjualan konveksi kemeja mengalami kenaikan sebanyak 4,300 produk dari 38,300 produk menjadi 42,600 produk. Pada tahun selanjutnya terjadi penurunan sebanyak 1,800 produk di tahun 2018. Kemudian mengalami kenaikan lagi sebanyak 1.700 produk di tahun 2019.

Penurunan penjualan dapat terjadi karena persaingan yang semakin banyak sehingga membuat bisnis konveksi ini harus bisa bersaing dengan konveksi lainnya.

Kepuasan pelanggan adalah segala sesuatu yang diutamakan setiap perusahaan agar sukses dalam menjalankan usahanya. Perusahaan-perusahaan yang berusaha untuk meningkatkan penjualan biasanya harus menghabiskan banyak waktu untuk mencari pelanggan baru. Biasanya juga perusahaan harus memelihara hubungan bisnis yang berkelanjutan dengan pelanggan dalam jangka panjang agar pelanggan tidak berpindah tempat. Kotler (2000; 42) mengatakan kepuasan pelanggan merupakan ungkapan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan persepsi yang dirasakan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Kotler & Armstrong (2008:272) kualitas produk yaitu salah satu faktor utama pemasar dalam memasarkan sebuah barang. Produk biasanya diperjualbelikan apabila produk tersebut sudah mempunyai nilai jual yang lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Peningkatan persaingan serta kebutuhan dan keinginan pasar mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk yang terus menerus.

Kualitas Pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggannya. Kualitas layanan yang baik sangat berpengaruh dalam dunia usaha. Setiap pelanggan yang datang pastinya akan senang apabila mendapat pelayanan yang baik. Kualitas layanan

adalah hasil perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/ peroleh (Parasuraman, et al 1998).

Persepsi harga merupakan bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan harga suatu produk, agar produk memiliki harga tersendiri. Biasanya perusahaan menciptakan produk yang berbeda-beda dan harganya pun biasanya menyesuaikan dengan produk tersebut. Harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan *market share* yang dapat dicapai perusahaan. Menurut (Peter dan Olson; 2000:228) mengatakan persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dapat dipahami seluruhnya oleh pelanggan dan memberikan makna yang dalam bagi setiap individu.

Terdapat beberapa studi yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Mulyono, dkk (2007) menyatakan bahwa penelitian tersebut terdapat pengaruh yang positif signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Novrianda (2016) mengatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan penelitian yang dilakukan oleh Montung dkk (2015) menjelaskan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Banyak penelitian yang menyatakan bahwa variabel-variabel berpengaruh positif, demikian terdapat hasil penelitian tentang kualitas produk, kualitas

layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan yang berbeda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rizan dan Andika (2011) menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka dapat mengakibatkan semakin menurunnya kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Marlina, dkk (2016) mengatakan variabel kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan karena rendahnya pelayanan yang diberikan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyanto, dkk (2015) mengatakan variabel persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut analisis tersebut semakin bagus persepsi harga maka tidak akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena bisnis yang dapat diamati pada konveksi kemeja, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Konveksi Kemeja Surip di Pekalongan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan beberapa rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti merumuskan pembatasan masalah agar peneliti menjadi lebih

spesifik. Masalah penelitian ini dibatasi pada variabel-variabel yang diteliti, obyek yang diteliti dan waktu penelitian dilakukan. Berdasarkan uraian tersebut, pembatasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Batasan variabel: Penelitian ini dibatasi pada pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Kemeja Surip di Pekalongan.
2. Batasan Obyek: Batasan obyek ini dibatasi pada pengguna Konveksi Kemeja Surip di Pekalongan.
3. Batasan Waktu: Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2020.

1.4 Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Penelitian ini juga mempunyai tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk menjawab beberapa permasalahan yang diteliti. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah serta mengembangkan ilmu pengetahuan pada umumnya dan di bidang manajemen pemasaran pada khususnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan serta kemampuan berpikir penulis mengenai penerapan teori bidang manajemen serta dapat menambah pengalaman dalam menganalisis permasalahan dalam bidang pemasaran dan memperluas pengetahuan mengenai kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Perusahaan

Agar dapat memberikan informasi tentang kepuasan pelanggan pada konveksi kemeja Surip di Pekalongan sehingga perusahaan dapat mengambil langkah-langkah strategi untuk memaksimalkan penjualan dalam perusahaan.