

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam periode periklanan saat ini, pengembangan keuangan dan perbaikan mekanis di dunia bisnis menghadapi pergantian peristiwa yang cepat, dipisahkan oleh munculnya organisasi yang mencoba membuat item untuk mengatasi masalah konsumen. Jumlah produk dan merek yang bersaing di pasar berkembang, sehingga pembeli memiliki berbagai pilihan dan pilihan produk dagangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan memiliki hak istimewa untuk memilih sesuai kebutuhan pembeli. Dengan pertentangan yang terjadi, mengharuskan para ahli keuangan untuk mengeluarkan semua kemampuan yang harus mereka lawan dengan waspada. Untuk mencapai target pasar yang sangat tinggi ini, diperlukan keteguhan, ketekunan, dan pengetahuan sebelumnya dari para kepala periklanan agar lebih dinamis dalam mencoba melacak pintu-pintu terbuka yang berharga dan pintu-pintu terbuka potensial yang ada. Karena elemen utama yang dapat mendorong hasil dalam dunia bisnis adalah periklanan. Kepuasan Konsumen adalah salah satu tujuan organisasi dalam mencapai keuntungan, karena konsumen yang kecewa akan dengan mudah menghabiskan uang mereka di tempat lain.

Keadaan moneter dunia secara keseluruhan di Indonesia khususnya telah berkembang pesat, terutama pada masa globalisasi seperti sekarang ini, dimana perubahan inovasi dan perkembangan data yang cepat mendukung kecepatan persaingan dalam dunia bisnis. Dimana salah satu ilustrasi perubahan inovasi dan cara hidup (*way of life*). Robbins dan Coulter (2016 : 322) Organisasi adalah jenis asosiasi kreasi yang mencoba melayani kebutuhan daerah setempat sebagai konsumen. Untuk alasan ini, pembuat terlihat untuk mengkonsolidasikan berbagai variabel kreasi sehingga dapat mengirimkan item yang dapat dikonsumsi oleh konsumen. Karena konsumen adalah tujuan untuk semua.

Organisasi untuk menawarkan tenaga kerja dan produk. Barang-barang yang ditawarkan memerlukan prosedur untuk digunakan secara wajar oleh pembuatnya. Persaingan bisnis yang semakin tajam antara pesaing yang

langsung terlibat dalam pasar merupakan bahaya yang sering dialami oleh perusahaan, baik produk lokal maupun produk asing (publik dan global). Di masa ekonomi yang tidak diatur yang telah ditangani oleh banyak negara di planet ini, organisasi dihadapkan dengan lebih banyak kesulitan ekstrem. Organisasi diharapkan menjadi inventif dan imajinatif untuk memanfaatkan pintu terbuka yang ada. Salah satu upaya yang mungkin dilakukan adalah menemukan dan menyelidiki apa alasan ketidakmampuan untuk meningkatkan kesepakatan. Unsur-unsur yang mempengaruhi ekspansi dalam transaksi sangat berbeda, baik variabel internal dari perubahan dalam latihan promosi (kualitas produk dan persepsi harga) dan variabel internal yang berhubungan dengan kepuasan konsumen dalam memilih produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini menyiratkan bahwa kepuasan konsumen karena kualitas produk dapat disurvei dari kemampuan produk tersebut membuat kepuasan konsumen. Semakin tinggi derajat kualitas produk dalam memenuhi konsumen, maka akan mendorong kepuasan konsumen yang tinggi pula. Kualitas produk dengan kepuasan konsumen dilihat melalui atribut-atribut yang ada pada suatu produk dan harga, dimana terpenuhi tidaknya pembeli dipengaruhi oleh nilai yang di dapat dengan mengkonsumsi suatu barang. Memperluas kapasitas suatu produk akan membuat di atas angin dengan tujuan agar konsumen menjadi lebih terpenuhi.

Seperti yang ditunjukkan oleh Peter dan Olson (2010:447), persepsi harga terkait dengan bagaimana informasi harga diterima sepenuhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang mendalam bagi mereka. Ketika pembeli menilai dan mempelajari harga suatu produk, itu benar-benar dipengaruhi oleh cara berperilaku konsumen yang sebenarnya. Hal ini cenderung beralasan bahwa kearifan nilai adalah pemikiran / atau pemahaman pembeli / atau konsumen tentang berapa banyak uang yang akan digunakan untuk mendapatkan barang atau jasa yang ideal dengan nilai silih yang sesuai dengan apa yang di dapat dari barang atau jasa tersebut.

PT Kudhi Piranti adalah nama baru dari PT Seca Budi Darma perusahaan perbengkelan, utamanya melakukan pengerjaan pengelasan,

pencetakan alat yang berbahan dasar "Stainless Steel". Spesialist mengerjakan produk yang menggunakan bahan dasar stainless steel AISI 304, 316, 316L. Produk PT Kudhi Piranti selama ini diproduksi berdasarkan pesanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produk PT Kudhi Piranti banyak digunakan untuk :Industri farmasi, kimia, kosmetik, makanan&minuman. Jenis barang yang sering PT Kudhi Piranti buat seperti :Mixing tank, meja kerja, rak barang, lemari , dan Barang-barang lain yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan ukuran & bentuk sesuai pemesanan.Berlokasi di Bantargebang Kota Bekasi. Perusahaan ini didirikan untuk memenuhi kebutuhan makanan & minuman lokal, industri farmasi. Menjadi perusahaan pabrikasi stainless steel terbaik yang menguntungkan dan pelayanan, perusahaan tidak hanya kualitas juga tenaga ahli dan persepsi harga terbaik untuk menyediakan sebuah solusi untuk memuaskan para konsumen. Keberhasilan Produk PT Kudhi Piranti sendiri tidak luput dari bagaimana cara si penjual mampu mempengaruhi minat pelanggan untuk membeli produk PT Kudhi Piranti.

Setiap organisasi kadang-kadang secara konsisten berusaha untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya, karena memberikan kepuasan kepada konsumen sepadan dengan mengikuti dan, yang mengejutkan, memperluas masalah organisasi yang sebenarnya. Dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, konsumen akan sering bersikap tabah, bahkan mempersilakan orang lain untuk memanfaatkan barang-barang yang telah memberikan kepuasan kepada mereka. Memang, konsumen umumnya tidak senang dengan apa yang telah dilakukan organisasi, seperti halnya dengan PT Kudhi Piranti yang dalam beberapa kasus mendapatkan berbagai pesanan setiap kali konsumen membeli.

**Tabel 1. 1**  
**Data hasil dari prasurvey Kepuasan Konsumen:**

No	Tingkat kepuasan terhadap kualitas produk dan persepsi harga	Frekuensi
1	Sangat Puas	0
2	Puas	2
3	Cukup Puas	1
4	Tidak Puas	5
5	Sangat Tidak Puas	2
	Jumlah	10

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas setelah PT Kudhi Piranti memberikan kuesioner kepuasan konsumen kepada 10 *customer* yang selalu melakukan pembelian lebih dari 1x pembelian kepada PT Kudhi Piranti yang dimana hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan konsumen mengalami penurunan.

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 10 *customer* PT Kudhi Piranti. Peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen dinyatakan tidak puas dengan frekuensi tertinggi yaitu skor 5. Peneliti menemukan adanya permasalahan yang sering terjadi antara konsumen khususnya dalam hal kualitas produk yang kurang baik.

Peneliti mewawancarai beberapa responden untuk memperkuat hasil dugaan dan kuesioner. Berdasarkan hasil wawancara kepada 10 *customer* PT Kudhi Piranti, menyatakan bahwa ada ketidakpuasan terhadap kualitas produk. Hasilnya diketahui bahwa kepuasan konsumen menjadi sebuah tolak ukur untuk memenuhi seberapa puaskah konsumen tersebut dalam melakukan pembelian di PT Kudhi Piranti. Masalah dalam kualitas produk dan persepsi harga pun selalu memperoleh perhatian lebih untuk manajemen karena sangat berkaitan dengan kepuasan konsumen.

**Tabel 1. 2**  
**Data hasil dari prasurvey kualitas produk :**

Variable	Indikator	Jumlah konsumen
Kualitas produk (X <sub>1</sub> )	1. Las Tidak Rapih	2
	2. Penyok	5
	3. Baret atau Lecet	3
	Total	10

Sumber: Data diolah, 2022

Dilihat dari informasi di atas, dapat diketahui bahwa hal-hal yang menyebabkan penurunan pada PT. Kudhi Piranti dari sifat produk yaitu adanya las

semrawut (tidak rapih), penyok, baret atau lecet (bekas goresan atau bintik-bintik tergores), hal ini menyebabkan pelanggan merasa kecewa dengan sifat produknya, 2 pembeli menyatakan barang tersebut memiliki las yang berantakan, kemudian 5 pembeli menyatakan adanya penyok pada barang dan 3 pembeli menyatakan ada goresan atau baret pada barang. Hal tersebut perlu diperhatikan kembali oleh pihak PT. Kudhi piranti dalam proses pengerjaannya.

**Tabel 1. 3**  
**Data hasil dari prasurvey persepsi harga :**

Variabel	Indikator	Jumlah
Persepsi Harga (X <sub>2</sub> )	1. Tidak Keterjangkauan harga	2
	2. Tidak sesuai harga dengan kualitas produk	3
	3. Harga relatif mahal	5
	Total	10

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat diketahui berpikir tentang apa yang sebenarnya mereka dapatkan dengan apa yang mereka harapkan sebelum membeli barang yang mereka beli. Jika apa yang didapat tidak sesuai dengan anggapan mereka sebelumnya, klien tidak puas, begitu juga sebaliknya. Dengan asumsi apa yang didapat melebihi apa yang biasanya diharapkan, pembeli akan sangat puas atau sangat gembira. Dari tabel di atas terlihat bahwa harga barang tersebut tergolong cukup mahal namun tidak sesuai dengan sifat barang tersebut. Pada tabel di atas, 2 pelanggan menyatakan bahwa tidak keterjangkauan harga, kemudian 3 pembeli menyatakan bahwa biayanya tidak sesuai dengan sifat barangnya, dan 5 pembeli menyatakan bahwa harga agak mahal. Hal ini membuat konsumen mempertimbangkan kembali perintah pengulangan.

Berdasarkan hasil uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Stainless Steel (Studi Kasus PT Kudhi Piranti Bantargebang, Bekasi)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Rumusan Masalah**

Kepuasan Konsumen merupakan salah satu variabel penting dan menjadi salah satu penyebab terjadinya kesuksesan PT Kudhi Piranti dalam menjaga kestabilan pelanggannya. Untuk itu, peneliti mencoba mencari informasi lebih lanjut penyebab stabilnya kepuasan konsumen tersebut, dan peneliti mendapatkan dua faktor yang mungkin berpengaruh yakni kualitas produk dan persepsi harga. Dari fenomena di atas dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Kudhi Piranti?
- b. Bagaimana Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen PT Kudhi Piranti?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian ini adalah :**

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT Kudhi Piranti?
2. Untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen PT Kudhi Piranti?

### **1.3.2 Manfaat Penelitian adalah :**

#### **1. Pembaca**

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada pembaca tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sebagai masukan bagi ilmu pengetahuan pada bidang pemasaran khususnya kepuasan konsumen yang berkaitan dengan pengendalian kegiatan pemasaran.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Sebagai salah satu bahan masukan dan informasi bagi pihak PT Kudhi Piranti, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

konsumen seperti kualitas produk dan harga. Sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.

### 3. Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penilaian ini dapat memberikan kontribusi sebagai bahan kajian untuk peneliti selanjutnya tentang pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen, terutama di Indonesia.

## 1.4 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah penulis, karena keterbatasan waktu dan kemampuasn penulis maka penulis akan membatasi penelitian ini. Penelitian ini akan berfokus pada Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Stainless Steel (Studi Kasus PT Kudhi Piranti Bantargebang, Bekasi)

## 1.5 Sistematika Pelaporan

Sistematika pelaporan dalam penelitian ini dirinci sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini mengemukakan tentang latar belakang masalah dalam penelitian, perumusan masalah dalam penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pelaporan dalam penelitian.

Landasan masalah mengungkapkan alasan yang mendorong seorang spesialis untuk memilih topik serta garis besar survei penulisan dan komentar tentang ujian yang ada terkait dengan masalah yang sedang dibicarakan.

Perincian masalah merekomendasikan rencana masalah utama yang akan diperiksa secara jelas dan tegas sebagai pertanyaan atau penjelasan yang dapat membangkitkan pertimbangan peruser.

eksplorasi adalah motivasi di balik pemeriksaan ini. Alasan dilakukannya eksplorasi adalah untuk memberikan rencana usaha pokok

yang harus dilakukan dan tata letak hasil yang akan dicapai. Motivasi di balik pemeriksaan ini tercermin dalam kalimat judul. Dengan cara ini, ada hubungan yang sangat nyaman antara judul dan bagian awal. Keuntungan eksplorasi mengungkap kegunaan penelitian terkait untuk peningkatan ilmu murni atau berpotensi kenyamanan penerapannya untuk membantu individu.

Perluasan atau hambatan masalah menggambarkan kendala masalah yang dibicarakan, seluk-beluk masalah yang diperiksa, dan rencana istilah yang sesuai (yang apalagi penggunaan istilah harus dapat diprediksi).

Pengungkapan atau pertunjukan yang tepat mengusulkan klarifikasi kode informasi (jika ada) serta permintaan untuk hal-hal yang harus diingat untuk proposisi, mulai dari prolog hingga referensi buku dan jika koneksi dan file penting.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang teori yang dijadikan penulis sebagai landasan dalam penelitian, berhubungan dengan topik yang dibahas yaitu pengertian kualitas produk, pengertian kualitas pelayanan, pengertian kepuasan pelanggan, hubungan antar variabel, survei hasil eksplorasi masa lalu, struktur pemikiran dan pemeriksaan spekulasi.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bagian ini menggambarkan bagaimana melacak realitas dan standar keanehan normal, masyarakat atau umat manusia, berdasarkan disiplin logis yang penting pada subjek yang dipilih.. Metode penelitian yang digunakan disesuaikan dengan paradigma penelitian yang dianut, yaitu penelitian kuantitatif. Bab ini meliputi desain penelitian, instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

Konfigurasi penelitian menggambarkan aturan atau metodologi dan prosedur dalam penyusunan penelitian yang berharga sebagai pembantu untuk membangun sistem yang menghasilkan model penelitian. Konfigurasi pengujian menggabungkan strategi eksplorasi yang digunakan, area dan



musim peninjauan, populasi dan pengujian eksplorasi, jenis dan sumber informasi dan prosedur pengumpulan informasi.

Instrumen penelitian menjelaskan tentang alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian, yaitu angket (kuesioner). Dalam instrumen penelitian juga dijelaskan mengenai variabel independen dan variabel dependen yang dipilih untuk penelitian.

Prosedur pemeriksaan informasi adalah gerakan setelah informasi investigasi responden dan informasi yang berbeda dikumpulkan, yang merupakan tinjauan paling definitif yang secara efektif menutup hasil eksplorasi. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan hasil penelitian yang didapatkan, dan bagaimana pola hubungannya dengan teori yang telah ada sesuai dengan paradigma penelitian yang dianut. Bab hasil penelitian dan pembahasan meliputi deskripsi objek penelitian, deskripsi subjek penelitian, profil responden, deskripsi analisis data atas variabel (Kualitas Produk  $X_1$ , Persepsi Harga  $X_2$ , dan Kepuasan Konsumen  $Y$ ), deskripsi hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil uji statistik deskriptif, hasil uji asumsi klasik, hasil uji hipotesis serta pembahasan.

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penyusunan skripsi yang berisi simpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Kualitas produk, Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kudhi Piranti, serta saran-saran yang sekiranya dapat diterima dan bermanfaat bagi tempat penelitian dalam mengembangkan kualitas produk, persepsi harga dan meningkatkan kepuasan konsumen.