

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tidak dapat dipungkiri bahwa di era digital saat ini, perkembangan dan pengoperasian teknologi dan informasi sangat pesat, sehingga mengakibatkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam situasi persaingan bisnis antar perusahaan yang semakin ketat, para pemilik usaha harus selalu memperhatikan harga dan kualitas produk agar dapat mempertahankan usahanya.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan berusaha mempertahankan pelanggan yang sudah ada, karena mencari pelanggan baru lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Kepuasan konsumen adalah hasil pembeli memenuhi harapan mereka terhadap kinerja perusahaan.

Jika pelayanan dan kepercayaan produk yang dibeli sesuai dengan keinginannya maka konsumen akan merasakan kepuasan tersebut, jika faktor tersebut memenuhi kebutuhan konsumen maka konsumen akan merasa nyaman dan tidak mudah pergi. Apabila konsumen puas pada pembelian pertama, konsumen akan membeli secara berulang-ulang pada perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang di terima dan harapannya (Umar, dalam

Indrasari (2019:82)). Salah satu strategi yang diterapkan perusahaan adalah dengan menetapkan harga yang dapat merangsang respon pasar.

Menurut Tjiptono (2019:211) harga merupakan aspek yang tampak jelas (visible) bagi para pembeli. Bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa riset pasar, pengacara, notaris atau konsultan pajak, kerap kali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa di pahami.

Dalam keadaan normal permintaan dan harga mempunyai hubungan yang terbalik. Artinya semakin tinggi harga ditetapkan maka semakin kecil permintaan. Harga yang ditentukan oleh PT Indojoya Tritunggal ini tidak konsisten karena ada beberapa konsumen yang diberikan harga lebih murah dibandingkan dengan konsumen yang lain.

Perubahan harga juga akan berdampak pada konsumen yang sensitive, dan akan cenderung beralih ke merek lain yang lebih murah. Kualitas produk juga menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Konsumen akan memperhatikan kualitas dan daya tahan produk.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, realibilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Jika produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka kualitas produk merupakan hal penting yang harus dikejar oleh setiap perusahaan. Semakin matang

pertimbangan pelanggan terhadap kualitas produk, tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk akan tergantung pada kualitas produk itu sendiri.

Kualitas produk sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan produk berkualitas tinggi akan memberi keunggulan dibandingkan dengan produk yang berkualitas rendah. Dan juga dapat dipahami sebagai penilaian konsumen terhadap kemampuan suatu produk yang berkaitan dengan komoditas dan kemampuan yang berkaitan dengan kebutuhan konsumen, serta perasaan konsumen.

PT Indojoya Tritunggal ini berlokasi di Pergudangan Osowilangon Permai 61 Blok B25 Kecamatan Benowo Surabaya. Sejak berdiri tahun 2013 PT Indojoya Tritunggal kini memiliki 20 orang karyawan dengan konsumen mencapai kurang lebih 50 konsumen per tahunnya.

Alasan peneliti memilih PT Indojoya Tritunggal di Surabaya karena harga yang diperoleh tidak sesuai konsumen tidak yaitu:

1. Keterjangkauan harga yaitu harga yang diberikan tidak sesuai dengan harga pada umumnya dan harganya juga tidak terjangkau.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu harga yang diberikan tidak sesuai dengan kualitas produknya.

Selain, kurangnya harga ada juga kekurangannya dalam kualitas produk yaitu daya tahan dari produk PT Indojoya Tritunggal tidak bisa bertahan lama. Berdasarkan uraian. latar belakang masalah tersebut diatas yang di temukan peneliti atas dasar masalah yang terjadi maka diajukan sebuah penelitian dengan judul:

“ PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT INDOJAYA TRITUNGGAL DI SURABAYA. ”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT. Indojaya Tritunggal di Surabaya?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT. Indojaya Tritunggal di Surabaya?
3. Apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT. Indojaya Tritunggal di Surabaya ?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas , maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di PT.Indojaya Tritunggal di Surabaya?
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di PT. Indojaya Tritunggal di Surabaya?
3. Untuk mengetahui harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di PT. Indojaya Tritunggal di Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikans manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Secara Teoritis

1. Bagi Universitas

Diharapkan dapat memberikan referensi perpustakaan Universitas Gresik , agar Universitas Gresik semakin berkembang khususnya dibidang pemasaran yang berkaitan dengan harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen.

2. Bagi pengembangan ilmu

Salah satu sumber informasi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang pemasaran untuk membuat hasil karya baru yang lebih inovatif bagi perkembangan pemasaran serta menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Universitas Gresik khususnya.

3. Bagi konsumen

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam mengevaluasi produk yang baik melalui harga dan kualitas produk.

4. Bagi perusahaan

Berguna sebagai dasar pertimbangan dalam kaitannya dengan meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja engsel (perlengkapan furniture) yang dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Serta menjadi referensi bagi dalam melakukan kebijakan maupun evaluasi mengenai

strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca, Khususnya di bidang pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dapat digunakan sebagai referensi selanjutnya.