

BAB I

PENDAHULUAN

I.1.1 Latar Belakang

PT. Agung Berkat Bintatar Abadi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan kayu. Perusahaan yang berdiri sejak tahun 1995 ini menyediakan segala jenis layanan pengolahan kayu diantaranya vacum, pengeringan kayu, rubberwood, s4s, ketam, dan juga rubberwood laminated, sehingga perusahaan ini dapat memberikan layanan yang baik kepada semua konsumen nya.

Kepuasan konsumen terhadap produk yang di tawarkan pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi diduga mengalami masalah, meskipun produk yang di tawarkan cukup menarik minat konsumen. Data keluhan pelanggan, masih banyaknya pelanggan yang mengeluh tentang produk yang di tawarkan. Keluhan pelanggan tersebut di antaranya obat yang di masukkan ke dalam kayu kurang bagus, kayu yang di proses masih kurang bersih kadar air yang masih tinggi, pengrajan kayu kurang baik dan lainnya. Hal ini akan sangat berdampak pada kepuasan konsumen. Kurang baiknya kualitas produk akan menyebabkan konsumen akan merasa kurang puas terhadap produk yang di berikan kepada pelanggan dan hal tersebut akan menyebabkan penurunan penjualan pada perusahaan. Terlalu banyaknya masalah akan mengakibatkan penurunan kepuasan oleh konsumen dan akan berdampak kepada kelangsungan perusahaan.

Harga yang di tawarkan oleh PT. Agung Berkat Bintatar Abadi masih tergolong tinggi di bandingkan dengan pesaingnya. Harga yang terlalu tinggi akan mempengaruhi kepuasan pelanggan karena pelanggan akan lebih memilih untuk memakai jasa dari perusahaan lain dengan harga yang lebih murah yang di tawarkan kepada pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila pelanggan dapat membeli produk atau jasa dengan harga yang di anggap mereka murah dan juga memiliki kualitas yang baik. Harga yang di anggap tidak sesuai akan membuat kepuasan dari pelanggan menurun sehingga dapat berdampak buruk bagi kelangsungan perusahaan.

Pelayanan yang di berikan oleh PT. Berkat Agung Bintatar Abadi ini juga mengalami masalah dimana perusahaan sering mengabaikan keluhan dari pelanggan, tidak ramah terhadap pelanggan dan juga tidak memberikan solusi apabila pelanggan mengalami masalah dengan barang yang di pesannya sehingga pelanggan merasa kurang puas terhadap perusahaan

yang mengakibatkan pelanggan lebih memilih untuk berlangganan dengan perusahaan lain di bandingkan dengan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi lagi.

Kualitas produk yang diolah oleh perusahaan sering tidak sesuai dengan keinginan dari pelanggan. Kadar air yang masih terlalu tinggi pada kayu mengakibatkan produk yang dihasilkan kurang baik kualitasnya sehingga mengakibatkan kayu yang di produksi menjadi mudah patah ataupun rapuh. Kualitas produk yang tidak sesuai dengan standar membuat konsumen menjadi kurang puas akan hasil produksi dari PT. Agung Berkat Bintatar Abadi. Kualitas yang kurang baik ini dapat mengakibatkan pelanggan menjadi memilih menggunakan jasa dari perusahaan lain yang lebih memperhatikan kualitas dari produksinya.

I.1.2 Rumusan Masalah

1. Kualitas dari hasil produksi PT. Agung Berkat Bintatar Abadi yang di berikan kepada pelanggan menurun sehingga pelanggan beralih ke perusahaan lain.
2. Harga yang ditawarkan kepada pelanggan cukup tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain.
3. Kualitas pelayanan yang berikan perusahaan cukup buruk sehingga pelanggan merasa kurang puas terhadap PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.
4. Kepuasan konsumen yang menurun terhadap produk yang ditawarkan oleh PT. Agung Berkat Bintatar Abadi yang terlihat dari semakin banyaknya keluhan dari pelanggan.

I.2 Landasan Teori

I.2.1 Teori Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen

Menurut Suchaeri (2012:5), “Pelanggan akan merasakan kepuasan dan kesenangan karena kualitas layanan yang diberikan. Mereka akan kembali berkunjung dan membeli”.

Menurut Nititusastro (2013:203), “Pelayanan dalam penjualan yang teratur dan adil akan sangat menyenangkan konsumen pengguna jasa. Perusahaan penjual produk perlu menjalankan berbagai kebijakan yang bertujuan untuk mempermudah seluruh proses yang merupakan bagian dari produk dan bagian dari kualitas produk. Setiap perusahaan akan melakukan berbagai usaha dan upaya perbaikan secara terus menerus agar konsumen melakukan kegiatan membeli. Konsumen akan terus termotivasi membeli disebabkan proses yang lebih mudah, lebih murah, dan lebih menyenangkan”.

Menurut Abdullah dan Tantri (2014:44), “Pelanggan masa kini dibanjiri oleh banyak pilihan barang dan jasa yang dapat mereka beli. Pelanggan menentukan kualitas pelayanan dan nilai”.

Menurut Utami dkk (2016) yang berjudul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna telkomsel (studi pada mahasiswa Universitas Telkom Bandung) yang menyatakan bahwa secara parsil dan simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

I.2.2 Teori Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Arianty dkk (2015:135), “Peranan harga dalam keputusan konsumen adalah sebagai alokasi yakni harga membantu para konsumen dalam memutuskan untuk memperoleh manfaat yang diharapkan berdasarkan kemampuan daya belinya”.

Menurut Assauri (2015:223), “menyatakan bahwa karena harga menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.”

Menurut Marwanto (2015:172), “menyatakan bahwa harga bukanlah sesuatu yang tidak penting karena harga ini sangat berhubungan dengan keputusan seseorang untuk membeli suatu produk”.

Menurut Sintya dkk (2018) yang berjudul pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa Go-jek Online pada mahasiswa FEB UNSRAT Manado yang menyatakan bahwa secara parsial dan simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

I.2.3 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Suchaeri (2012:5),” Pelanggan akan merasakan kepuasan dan kesenangan karena kualitas layanan yang diberikan. Mereka akan kembali berkunjung dan membeli”.

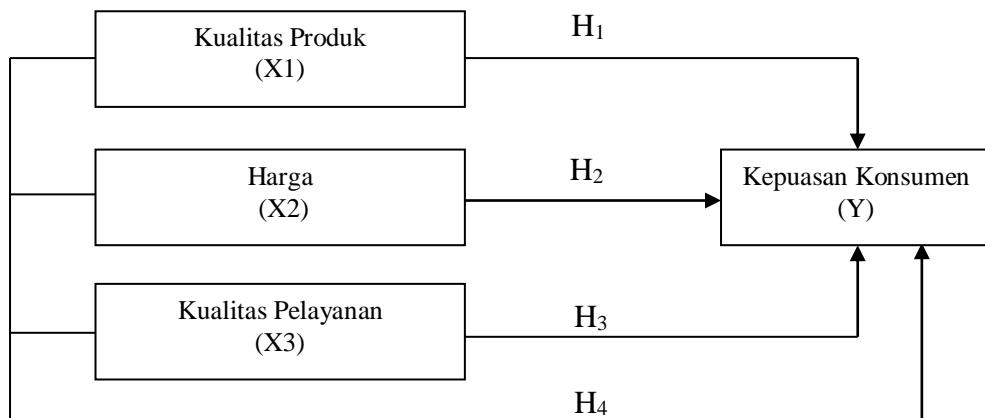
Menurut Nitiusastro (2013:203), “Pelayanan dalam penjualan yang teratur dan adil akan sangat menyenangkan konsumen pengguna jasa. Perusahaan penjual produk perlu menjalankan berbagai kebijakan yang bertujuan untuk mempermudah seluruh proses yang merupakan bagian dari produk dan bagian dari kualitas produk. Setiap perusahaan akan melakukan berbagai usaha dan upaya perbaikan secara terus menerus agar konsumen melakukan kegiatan membeli. Konsumen akan terus termotivasi membeli disebabkan proses yang lebih mudah, lebih murah, dan lebih menyenangkan”.

Menurut Abdullah dan Tantri (2014:44), “Pelanggan masa kini dibanjiri oleh banyak pilihan barang dan jasa yang dapat mereka beli. Pelanggan menentukan kualitas pelayanan dan nilai”.

Menurut Burhanudi (2018) yang berjudul pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada bank sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat yang menyatakan bahwa secara parsial dan simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

I.3 Kerangka Konseptual

Dari beberapa teori yang dikemukakan di atas, maka dapat digambarkan suatu kerangka konseptual yang berfungsi sebagai penuntun alur berpikir dan dasar penelitian yang dapat dilihat pada Gambar II.1 berikut.



Gambar II.1

Kerangka Konseptual

I.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini, yaitu :

H1 : Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.

H2 : Harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.

H3 : Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.

H4 : Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.