

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi zaman sekarang ini sedang mengalami kemunduran sehingga banyak memberi dampak terhadap setiap perusahaan yang memiliki jenis usaha di bidang yang sama. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasaan pelanggan sebagai tujuan utama. Sehingga setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

PT KurniaPutra Mandiri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor Honda. PT KurniaPutra Mandiri memiliki 6 cabang dengan 3 cabang berada di daerah Aceh dan 3 cabang lagi berada di daerah Riau. Produk yang dijual terdiri dari Vario 160, Beat, Scoopy, Revo dan lainnya.

Kepuasan pelanggan yaitu selaku reaksi pelanggan terhadap penilaian ketidaksesuaian yang dirasakan pelanggan antara harapan serta kinerja aktual jasa. Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam keberhasilan usahanya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan. Konsumen yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, pelaku usaha atau perusahaan harus mencari cara yang tepat dalam mencapai kepuasan konsumen.

Salah satu cara yang dilakukan perusahaan adalah meningkatkan kualitas produk yang akan di pasarkan. Dengan ditingkatkannya kualitas suatu produk dapat menambah kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Cara untuk meyakinkan pelanggan agar membeli suatu produk yaitu dengan membangun kualitas produk dan memastikan kualitas produk yang dijual memiliki kualitas baik. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Jika suatu perusahaan menggunakan produk yang tidak berkualitas maka jika kedepannya perumahan tersebut

mengalami masalah maka perusahaan akan mendapatkan masalah dikarenakan tidak sesuai dengan apa yang mereka sampaikan, karena bagi konsumen kualitas produk paling penting, dalam mendirikan sebuah rumah tentunya harus benar benar teliti produknya juga harus bagus. Kualitas produk sangat penting untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, Kualitas produk yang baik dapat menjadi keungulan bersaing di perusahaan ritel. Permasalahan Kualitas produk di PT KurniaPutra Mandiri adalah terdapat beberapa unit sepeda motor yang mengalami kerusakan dalam waktu pemakaian tidak melebihi 1 bulan pada bulan september 2023.

Citra Merek merupakan salah faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin kuat citra merek dibenak pelanggan maka semakin kuat pula rasa percaya diri pelanggan untuk tetap setia terhadap produk yang dibelinya sehingga hal tersebut dapat mengantar sebuah perusahaan untuk tetap mendapatkan keuntungan dari waktu ke waktu. Citra terhadap suatu produk sangat melekat dan tidak dapat dipisahkan dari merek dan perusahaan pemilik produk tersebut. Citra Merek berhubungan dengan sikap tentang keyakinan terhadap suatu merek dan membantu mempresentasikan persepsi dari informasi terhadap merek itu sendiri. Permasalahan Citra Merek di PT KurniaPutra Mandiri adalah sering terdapat konsumen yang lebih memilih untuk pergi ke perusahaan lainnya dibandingkan PT KurniaPutra Mandiri karena belum banyak Masyarakat mengetahui tentang perusahaan tersebut.

Persepsi harga merupakan penilaian pelanggan mengenai perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan didapatkan dari produk dan jasa. Oleh karena itu strategi penentuan harga juga akan menjadi pengaruh bagi pelanggan untuk melakukan kegiatan pembelian dan pelanggan selalu berharap mendapatkan harga yang lebih murah dengan kualitas barang yang sama di tempat lainnya. Dalam kenyatannya konsumen dalam menilai harga suatu produk, sangat tergantung bukan hanya dari nilai nominal secara absolut tetapi melalui persepsi mereka pada harga. Permasalahan Persepsi harga di PT KurniaPutra Mandiri adalah sering terdapat perubahan angka pada harga penjualan sehingga tergolong lebih mahal dibandingkan perusahaan saingan.

Dari permasalahan diatas peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT KurniaPutra Mandiri”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa unit Sepeda Motor Honda yang mengalami kerusakan, hal ini disebabkan karena distribusi dan pemeliharaan yang kurang baik dari bagian mechanic.
2. Masyarakat lebih memilih mengunjung perusahaan saingan lainnya dikarenakan lebih terkenal dibandingkan perusahaan bersangkutan.
3. Sering terdapat perubahan pada daftar harga dan produk yang lebih mahal dibandingkan perusahaan saingan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka, rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT KurniaPutra Mandiri?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada PT KurniaPutra Mandiri?
3. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT KurniaPutra Mandiri?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT KurniaPutra Mandiri?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT KurniaPutra Mandiri.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada PT KurniaPutra Mandiri.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT KurniaPutra Mandiri.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT KurniaPutra Mandiri.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk, citra merek dan harga yang baik sebagai faktor pendukung kepuasan pelanggan untuk PT KurniaPutra Mandiri.
2. Bagi Akademi sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa mengenai variabel kualitas produk, citra merek, harga dan kepuasan pelanggan.
3. Sebagai bahan perbandingan bagi peneliti kedepannya jika ingin melakukan penelitian dengan menggunakan judul yang sama dimasa yang akan datang.

1.6 Tinjauan Pustaka

1.6.1 Kualitas Produk

Menurut Yulianti, dkk (2019:73) Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Ariyanto, dkk (2023:76) Kualitas Produk memiliki 8 indikator sebagai berikut:

1. Kinerja (*performance*).
2. Keistimewaan tambahan (*features*).
3. Keandalan (*reliability*).
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*).
5. Daya tahan (*durability*).
6. Estetika (*asthetic*).

1.6.2 Citra Merek

Menurut Firmansyah (2019:60) Citra Merek dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu.

Menurut Firmansyah (2019:81) indikator dari Citra Merek sebagai berikut:

1. *Corporate Image* (citra pembuat).
2. *User Image* (citra pemakai).
3. *Product Image* (citra produk).

1.6.3 Persepsi Harga

Menurut Apriliani, dkk (2022:218) persepsi harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana pelanggan memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli.

Menurut Putri dan Zaini (2024:4401) Indikator persepsi harga sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dan kualitas produk.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat.

1.6.4 Kepuasan Pelanggan

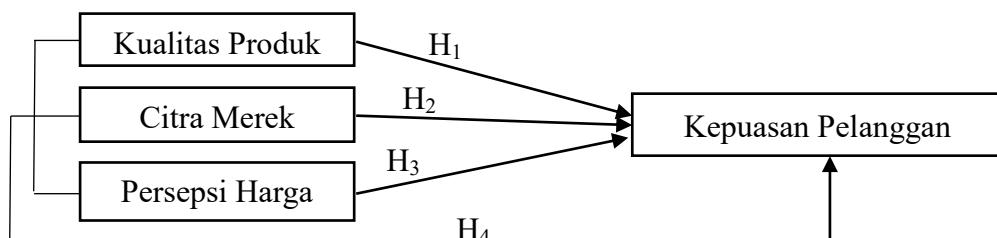
Menurut Indrasari (2019:82) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.

Menurut Syah (2021:114) Indikator dari Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan.
2. Konfirmasi harapan.
3. Minat pembelian ulang.
4. Kesediaan untuk merekomendasi.
5. Ketidakpuasan pelanggan.

1.7 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

1.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_1 : Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H_2 : Citra Merek memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H_3 : Persepsi Harga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H_4 : Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga memiliki pengaruh terhadap

Kepuasan Pelanggan.