

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis pada zaman sekarang ini lebih ketat dibandingkan sebelumnya. Semakin sulit bagi bisnis untuk bertarung di pasar global, sehingga mereka perlu mengetahui cara untuk mendapatkan hasil maksimal dari perusahaan mereka. Bisnis harus mencoba mempelajari dan memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan mereka (Tombeng, 2019).

Ketatnya persaingan menuntut industri untuk selalu memperhatikan keinginan dan hasrat pelanggan serta berusaha memenuhi impian pelanggan dengan metode pemberian layanan yang lebih melegakan. Tidak hanya itu, penetapan harga juga sangat penting dalam menghasilkan hasil yang lebih baik dari apa yang coba dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya industri yang berkualitas yang dapat memenangkan persaingan dan memahami pasar. Kualitas layanan dan juga harga, memiliki ikatan yang erat dengan kebahagiaan klien. Kualitas layanan memberikan tekanan pada klien untuk mempertahankan ikatan yang kuat dengan industri. Kualitas layanan harus dimulai dari pemenuhan keinginan klien dan berakhir pada persepsi pelanggan (Ichsan dan Nasution, 2022).

CV. Garuda Jaya adalah perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan bak karoesi yang dirancang untuk dump truk, mobil box, bak besi, mobil tangki container dan berbagai jenis mobil lainnya. Kepuasan konsumen merupakan hal yang diperhatikan di dalam bidang pemasaran perusahaan. Untuk menilai kepuasan konsumen dari jumlah keluhan yang diterima oleh perusahaan. Keluhan yang terjadi memperlihatkan bahwa konsumen masih mengeluhkan mengenai kepuasan dalam melakukan transaksi dengan perusahaan.

Tabel 1.1 Data Keluhan CV Garuda Jaya Tahun 2023

Bulan	Jumlah Keluhan (kali)	Masalah Keluhan
Januari	5	
Februari	6	
Maret	5	
April	4	
Mei	8	
Juni	5	
Juli	4	
Agustus	6	
September	8	
Oktober	5	
November	6	
Desember	8	

Sumber: CV Garuda Jaya, 2023

Pada data keluhan pelanggan yang diajukan ke CV Garuda Jaya menunjukkan bahwa masih terdapat keluhan pelanggan yang rutin setiap bulan terjadi. Keluhan yang diajukan konsumen memperlihatkan bahwa pelanggan belum mencapai kepuasan di dalam transaksi yang dilakukan dengan CV Garuda Jaya. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Terdapat ada tiga driver utama konsumen yaitu kualitas pelayanan, harga, kualitas produk (Tombeng, 2021).

Kualitas Pelayanan atau Service quality (SQ) adalah ketidaksesuaian antara harapan (E) sebuah layanan dengan kinerja (P) $SQ = P - E$. Sebuah Bisnis dengan Kualitas Pelayanan yang tinggi maka akan memenuhi kebutuhan konsumen sementara sisanya secara kompetitif ekonomi. Tujuan ini dapat dicapai dengan memahami dan meningkatkan proses operasional mengidentifikasi masalah dengan cepat dan sistematis membangun pengukuran kinerja pelayanan yang akurat dan dapat diandalkan (Giovana, 2020)

Strategi penentuan harga hendak memicu pembelian serta amat mempengaruhi kepada energi beli pelanggan. Supaya bisa berhasil dalam menjual sesuatu benda ataupun pelayanan, tiap industri wajib memutuskan biayanya dengan cara yang tepat. Harga ialah salah satunya faktor bauran penjualan yang membagikan pendapatan ataupun pemasukan untuk industri sebaliknya ketiga faktor yang lain produk, posisi serta advertensi menimbulkan tampaknya bayaran ataupun pengeluaran (Ichsan dan Nasution, 2021).

Kualitas produk merupakan penilaian dari pelanggan secara keseluruhan atas manfaat yang dapat dirasakan dari suatu barang atau jasa. Dimensi yang digunakan konsumen dalam melakukan evaluasi merupakan bagian dari hal utama dalam evaluasi terhadap kinerja suatu produk. Kualitas produk dapat menggambarkan sampai sejauh mana produk yang dihasilkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan apabila produk tersebut mampu memuaskan konsumen maka hal ini akan mempengaruhi tingkat pembelian (Sutowo et al, 2023).

Pada penelitian terdahulu oleh Tombeng dkk (2019), menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian selanjutnya oleh Asti dan Ayuningtyas (2020), menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian oleh Ichsan dan Nasution (2022), menyatakan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian, maka judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen CV. Garuda Jaya”**.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun susunan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV. Garuda Jaya?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen CV. Garuda Jaya?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen CV. Garuda Jaya?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen CV. Garuda Jaya?

1.2. Tinjauan Pustaka

1.3.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Ismail dan Yusuf (2021), kualitas pelayanan ialah tingkat seberapa bagusnya pelayanan yang mampu diberikan untuk menginterpretasikan ekspektasi pelanggan.

1.3.2 Harga

Menurut Asti dan Ayuningtyas (2020), harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan unsur yang lainnya, hanya merupakan unsur biaya saja. Harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan market share yang dapat dicapai oleh perusahaan.

1.3.3 Kualitas Produk

Menurut Ibrahim dan Tanwil (2019), kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

1.3.4 Kepuasan Konsumen

Menurut Setiawan dkk (2019), kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Sedangkan kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk atau jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk

1.3.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Ismail dan Yusuf (2021), dalam industri jasa memenuhi kepuasan pembeli mutu pelayanan bagi perusahaan sangat penting untuk ditata dengan baik. Kualitas pelayanan ialah tingkatan keunggulan untuk memenuhi ekspektasi konsumen. Menurut Mahira dkk (2021), apabila produk jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang lebih rendah dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas, namun apabila produk jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang sama dengan apa yang diharapkan, maka pelanggan akan

merasa puas. Menurut Monica dan Marlius (2023), kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut.

1.3.6 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Asti dan Ayuningtyas (2020), harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga terlalu tinggi sehingga tidak cocok. Menurut Bali (2022), kepuasan dan loyalitas konsumen terletak pada kualitas dan harga produk. Kemudian setiap perusahaan berusaha menarik pelanggannya dengan berbagai cara salah satunya dengan memberikan informasi mengenai kualitas produk tersebut. Menurut Anggraini dan Budiarti (2020), untuk memenuhi kepuasan pelanggan maka perusahaan juga harus memperhatikan harga yang ditawarkan kepada pelanggan serta apa saja yang akan didapat dengan sejumlah harga tersebut.

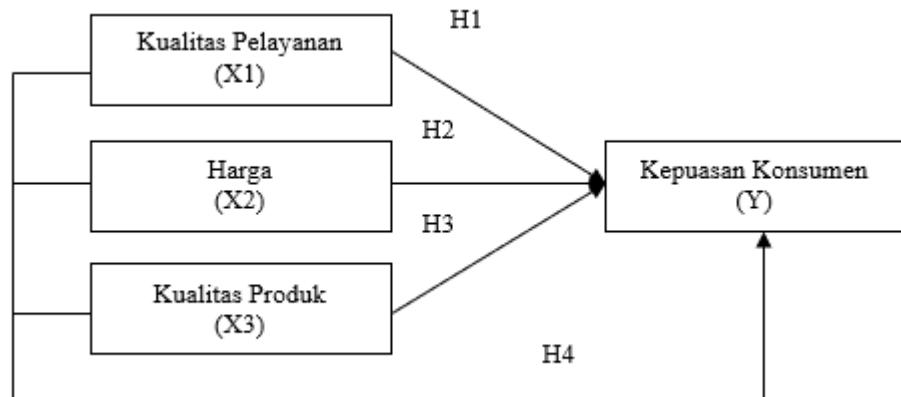
1.3.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Sutowo dkk (2023), kualitas produk dapat menggambarkan sampai sejauh mana produk yang dihasilkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan apabila produk tersebut mampu memuaskan konsumen maka hal ini akan mempengaruhi tingkat pembelian. Menurut Setyo (2020), kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, permasalahan kualitas produk perlu ditinjau dalam kaitannya dengan kepuasaan konsumen. Menurut Novia dkk (2020), kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada konsumen, tidak hanya konsumen yang datang tersebut tapi juga berdampak pada orang lain.

1.3.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tombeng dkk (2019), konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Terdapat tiga driver utama konsumen yaitu kualitas pelayanan, harga, kualitas produk. Menurut Asti dan Ayuningtyas (2020), faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen di antaranya yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor emosional, biaya, tempat yang strategis dan kemudahan, pelayanan. Menurut Maramis (2018), kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk berpengaruh positif pada kepuasan konsumen.

1.3. Kerangka Konseptual



1.4. Hipotesis Penelitian

Adapun susunan hipotesis di dalam penelitian ini sebagai berikut.

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Garuda Jaya.
- H2: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Garuda Jaya.
- H3: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Garuda Jaya.
- H4: Kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Garuda Jaya.