

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada era persaingan yang cukup tinggi ini khususnya bidang industri minuman dan makanan yang diprediksi masih akan menjadi sektor tumpuan dalam pertumbuhan manufaktur dan ekonomi. Perkembangan perusahaan PT Inbisco Niagatama cukup pesat yang ditandai dengan banyaknya produk baru yang diluncurkan agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Dari pengamatan awal penelitian adalah perkembangan perusahaan PT Inbisco Niagatama cukup pesat yang ditandai dengan banyaknya produk baru yang diluncurkan supaya bisa bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. PT Inbisco Niagatama merupakan salah satu perusahaan penjualan makanan dan minuman. Pada penelitian ini meneliti mengenai biskuit merek Roma. PT Inbisco Niagatama menjual berbagai jenis roti kering merek romo dalam kemasan yang berbeda variasi maupun ukuran. Area pemasaran produk dilakukan di wilayah Sumatera. Dari pengamatan awal bahwa terjadi penurunan kepuasan pelanggan yang mengakibatkan tidak tercapainya target penjualan pada perusahaan ini.

Permaslaahan tentang kepuasan pelanggan yang menurun diduga dipengaruhi akibat variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan saluran distribusi. Kualitas produk biskuit romo yang menurun sehingga menyebabkan terjadinya tingkat *retur* biskuit romo dari pelanggan kepada PT Inbisco Niagatama terjadi setiap bulannya. Terdapat jumlah *retur* tertinggi terjadi dikarenakan masih kemasan yang rusak sehingga menimbulkan kerusakan pada kemasan biskuit mengakibatkan biskuit tidak gurih lagi sehingga pelanggan melakukan *retur* kepada perusahaan.

Saluran distribusi yang semakin menyulitkan para pelanggan. Hal ini mengakibatkan keluhan pelanggan kepada perusahaan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya saluran distribusi yang semakin menyulitkan para pelanggan seperti pengantaran produk secara tepat dan cepat ke lokasi pelanggan. Banyaknya keluhan yang terjadi pada perusahaan mengenai saluran distribusi perusahaan berupa keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian jadwal pengiriman, kesalsahan produk, dan sebagainya. Hal ini menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan mengalami penurunan.

Kualitas pelayanan yang kurang efisien cenderung menyebabkan banyak pelanggan yang mengeluh terhadap buruknya kualitas pelayanan perusahaan. Tingginya keluhan pelanggan kepada perusahaan hal ini menunjukkan betapa tidak berkualitasnya pelayanan yang diberikan yang menciptakan kekecewaan pelanggan yang tidak tanggap dalam

memberikan pelayanan apabila adanya keluhan, ketidakandalan waktu penyelesaian keluhan atau informasi pengantaran yang tidak terpat waktu, ketidakpastian pelayanan yang dijanjikan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pembelian Pelanggan Toko Biskuit Roma pada PT Inbisco Niagatama”**.

I.2 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas bisa dilihat bahwa adanya masalah pada PT Inbisco Niagatama sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang menurun sehingga menyebabkan terjadinya tingkat retur biscuit roma dari pelanggan kepada PT Inbisco Niagatama.
2. Saluran distribusi yang semakin menyulitkan terlihat dari banyaknya keluhan pelanggan kepada perusahaan.
3. Kualitas pelayanan yang kurang memuaskan pelanggan sehingga menyebabkan keluhan pelanggan
4. Menurunya kepuasan pelanggan biscuit roma telihat dengan target penjualan yang tidak tercapainya

I.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana dampak kualitas produk terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biscuit roma pada PT Inbisco Niagatama?
2. Bagaimana dampak saluran distribusi terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biscuit roma pada PT Inbisco Niagatama?
3. Bagaimana dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biscuit roma pada PT Inbisco Niagatama?
4. Bagaimana dampak kualitas produk, saluran distribusi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biscuit roma pada PT Inbisco Niagatama?

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengkaji dampak kualitas produk terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biscuit roma pada PT Inbisco Niagatama.
2. Untuk mengkaji dampak saluran distribusi terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biscuit roma pada PT Inbisco Niagatama.

3. Untuk mengkaji dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biskuit romo pada PT Inbisco Niagatama.
4. Untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, saluran distribusi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biskuit romo pada PT Inbisco Niagatama.

I.5 Manfaat Penelitian

Suatu penelitian dilakukan perlu menghasilkan suatu manfaat yang berguna, seperti :

1. Bagi Peneliti.
Sebagai tambahan wawasan mengenai variabel yang diteliti
2. Bagi Universitas Prima Indonesia.
Sebagai tambahan referensi untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
3. Bagi PT Inbisco Niagatama.
Sebagai dasar dalam peningkatan dan perbaikan kedepannya.
4. Bagi Penelitian Selanjutnya.
Bemanfaat dalam tambahan referensi untuk peneliti selanjutnya.

I.6. Teori Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasan (2016:59) menjelaskan bahwa bila pelanggan menganggap kapasitas produk yang dirasakannya melebihi ekspektasi yang diharapkannya, maka mereka akan mengatakan bahwa mereka sangat puas.

Assauri (2014:211) berpendapat bahwa kualitas produk menggambarkan situasi yang harus menjadi prioritas pokok perusahaan atau produsen, mengingat mutu suatu produk berkenaan baik dengan persolaan kepuasan pelanggan yang merupakan sasaran dari aktivitas pemasaran yang dilaksanakan perusahaan.

Menurut Sunyoto (2014:226), “terdapat ikatan erat antara mutu barang beserta jasa atas kepuasan pelanggan demi menggapai keuntungan perusahaan.”

I.7. Teori Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Nititusastro (2016: 170), “semakin banyak perusahaan menggunakan perusahaan saluran distribusi, pada dasarnya semakin memudahkan para konsumen dalam melancarkan pembelian.”

Kotler dan Keller (2015:106) menjelaskan bahwa salah satu tugas primer saluran pemasaran ialah mengalihkan pembeli potensial ke pelanggan yang menguntungkan. Saluran pemasaran juga harus membentuk pasar bukan hanya melayani pasar.

I.8 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

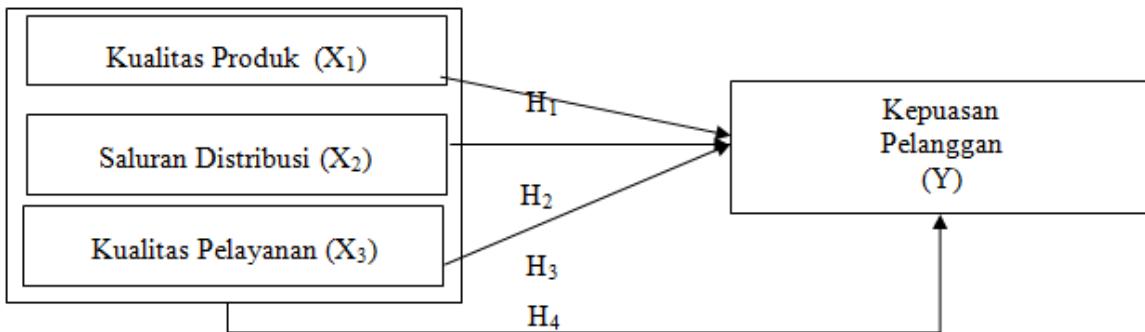
Menurut Yuniarti (2015:233), “konsumen pasti mengalami rasa puas apabila pelayanan yang dihasilkan oleh prosuk ataupun jasa memuaskan hati para pengguna.”

Tjiptono (2015:26) menjelaskan didalam menilai kepuasan dalam suatu perusahaan tertentu, aspek-aspek penentu yang digunakan dapat berbentuk gabungan dari aspek penentu kepuasan pada produk dan jasa. Aspek pelayanan dan kualitas produk serta jasa yang dibeli biasanya sering digunakan oleh konsumen.

Sudaryono (2016:93) menjelaskan bahwa trik menghasilkan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan adalah dengan mendengarkan dan memperhatikan para pelanggan, pemeliharaan kewenangan karyawan, memberikan pelatihan kepada karyawan dalam mempersempitakan pelayanan yang prima, serta gunakan teknologi terbaik dan juga berikan imbalan bagi pelayanan terbaik.”

I.9. Kerangka Konseptual

Kepuasan pelanggan merupakan kapabilitas produk memenuhi fungsinya baik dalam hal ketahanan, kecakapan, kecermatan, kesederhaan dalam penggunaan dan diperbaiki serta karakter bernilai lainnya. Kualitas produk ialah kekhususan sebuah produk dalam menunjang kapabilitasnya di dalam memenuhi keperluan yang dispesifikasikan atau diterapkan. Saluran distribusi melambangkan proses peredaran barang-barang dari produsen sampai perantara dan kemudian kepada pemakai. Kualitas pelayanan yang bagus bisa menjadi kelebihan bersaing untuk suatu perusahaan. Kualitas pelayanan pun dapat menjadi kunci dalam mencapai keberhasilan. Pelanggan yang merasa puas bisa menumbuhkan terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut yang dimana secara tidak langsung bisa memperbaiki penilaian perusahaan di mata pelanggan. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan perlu diprioritaskan oleh perusahaan karena bisa menghasilkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan pembahasan diatas, dapat digambarkan kerangka pemikiran yaitu sebagai berikut:



Gambar II.1. Kerangka Konseptual

I.10 Hipotesis Penelitian

Dari kerangka konseptual diatas, hipotesis penelitiannya yaitu :

- H₁: Kualitas produk berdampak terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biskuit romba pada PT Inbisco Niagatama.
- H₂: Saluran distribusi berdampak terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biskuit romba pada PT Inbisco Niagatama.
- H₃: Kualitas pelayanan berdampak terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biskuit romba pada PT Inbisco Niagatama.
- H₄: Kualitas produk, saluran distribusi dan kualitas pelayanan berdampak terhadap kepuasan pembelian pelanggan toko produk biskuit romba pada PT Inbisco Niagatama.