

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di Era modern ini, meningkatkan kualitas merupakan suatu hal yang paling esensial bagi suatu perusahaan untuk tetap eksis dalam dunia bisnis yang kompetitif ini. Sekarang sudah tidak jamannya lagi perusahaan hanya mementingkan volume penjualan yang begitu besar untuk mencapai keuntungan yang maksimal, tetapi lebih berorientasi pada aspek kepuasan konsumen.

Kemampuan perusahaan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen yang membeli produknya, dengan cara mampu menarik hati konsumen dalam menjalankan usahanya, agar konsumen tertarik untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan juga harus memperhatikan kualitas dari barang atau jasa yang ditawarkan agar menarik hati konsumen dan menghadapi persaingan yang sangat ketat dan keras.

Banyaknya produk yang sama beredar di pasaran, sehingga membuat konsumen dapat leluasa menentukan dan memilih produk yang sesuai kebutuhan, serta selera konsumen yang selalu berubah, dan daya belinya, membuat perusahaan harus pintar-pintar dalam membuat strategi pemasaran. Dalam hal ini, pertimbangan pemasaran tetap merupakan faktor yang sangat menentukan. Pemasaran juga dapat digunakan untuk mengetahui tingkat

respon konsumen terhadap barang atau jasa melalui pengalaman penjualan dan segala bentuk informasi yang bersumber dari pasar.

Hal ini yang mendasari produsen untuk selalu siap menghadapi setiap perubahan dengan mengadakan penilaian dan memperbaiki strategi yang dilakukan dalam persaingan bisnis. Pemasar harus mampu memahami perilaku konsumen karena keberhasilan pemasaran sangat bergantung pada pemahaman dari perilaku konsumen. Kualitas produk pada perusahaan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan dan diutamakan dalam setiap proses produksi.

Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup keandalan, atau kemajuan, daya tahan, kemudahan dalam pengoperasiannya, kekuatan, dan perbaikan produk. Kualitas produk memiliki sembilan indikator yaitu gaya, kemudahan perbaikan, desain, keandalan, kesan kualitas, ketahanan, fitur, bentuk, dan kualitas kinerja (Kotler dan Keller, 2009:8).

Pengaruh kualitas produk sangatlah berarti untuk perusahaan sebab keadaan ini bisa mempengaruhi kualitas dari produk yang dihasilkan. Selain menggambarkan keunggulan produk, kualitas produk juga dapat menggambarkan daya tahan, keindahan, kemudahan dalam pengoperasian dari suatu produk. Apabila perusahaan tidak memperhatikan kualitas dari produk dengan benar, maka kemungkinan kualitas dari produk kurang baik atau ketahanan dari produk kurang maksimal. Kualitas produk yang baik dan berkualitas tinggi merupakan cerminan dari keberhasilan pada perusahaan tersebut.

Loyalitas merupakan kesetiaan konsumen terhadap jasa atau produk yang telah disediakan oleh perusahaan. Salah satu keuntungan bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas yaitu dapat memberikan keuntungan pada perusahaan dalam jangka panjang. Jadi, semakin lama konsumen loyal terhadap suatu jasa atau produk, semakin besar laba yang diperoleh oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak memiliki konsumen dan target pasar utama dalam memasarkan produknya, maka usaha yang dijalankan tidak akan berkembang dan mendapatkan keuntungan.

Faktor lain yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah faktor kepuasan konsumen, dalam kondisi persaingan yang ketat perusahaan harus mampu bertahan dan bersaing untuk menguasai pangsa pasar. Untuk menarik para konsumen perusahaan harus mengutamakan kualitas dalam produksi agar konsumen dapat percaya dengan produk yang dibuat oleh perusahaan sehingga konsumen merasa puas dengan produk yang dibuat oleh perusahaan. Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi keberhasilan pada perusahaan dalam jangka panjang. Kepuasan konsumen adalah hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena kepuasan konsumen merupakan tanggapan konsumen terhadap kualitas dari produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Puas tidaknya konsumen terhadap produk yang dibuat oleh perusahaan adalah persoalan teramat bernilai, karena hal ini dapat berdampak pada pembelian selanjutnya. Apabila konsumen merasa sangat puas atau senang terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan, maka akan tercipta loyalitas konsumen dan konsumen akan cenderung memakai produk tersebut. Kepuasan

konsumen memiliki lima indikator yaitu harga, kualitas produk, kemudahan mendapatkan produk dan biaya, *service quality*, dan *emotional factor*.

UD. Daehan Baja adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pembangunan yang memproduksi berbagai produk bangunan seperti pagar besi dan teralis besi. Dalam pengerjaan produk yang berbahan dasar besi, peralatan yang digunakan untuk membuat pagar besi dan teralis besi antara lain las listrik, mesin gerinda, mesin pemotong besi, meteran, palu, kaca mata hitam, penggaris siku, dan alat-alat penunjang lainnya. Pada produk yang dihasilkan UD. Daehan Baja banyak produk sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing, sehingga UD. Daehan Baja dituntut untuk menghasilkan pagar besi dan teralis besi yang lebih unggul kualitasnya dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan perusahaan lain. Kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang harus diperhatikan oleh UD. Daehan Baja.

Apabila konsumen merasa puas dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan, maka hal ini menjadi catatan nilai tersendiri bagi UD. Daehan Baja karena tujuan utama dari perusahaan ini dapat tercapai. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen pada UD. Daehan Baja”.

## **B. Permasalahan**

UD. Daehan Baja berada di Desa Jatitengah, Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar memproduksi produk bangunan seperti pagar besi dan teralis

besi. Menurut pemilik usaha UD. Daehan Baja, dalam pembuatan produk ini kualitas bahan baku yang tidak sesuai seperti ukuran besi yang memiliki ketebalan dan ketipisan yang berbeda sehingga dapat mempengaruhi kualitas produk dan keterbatasan peralatan yang ada dapat menghambat proses produksi. Hal ini dapat mempengaruhi ketepatan dalam produksi. Selain itu, loyalitas dan kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi perusahaan.

Loyalitas dan kepuasan konsumen dapat menjadi tolak ukur konsumen terhadap produk yang dibuat oleh perusahaan, serta loyalitas memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen yang dapat berdampak terhadap kesuksesan UD. Daehan Baja Proses pembuatan yang membutuhkan waktu lama sehingga terkadang produk tidak dapat selesai pada waktu yang telah ditentukan dan terkadang bahan baku yang dipesan tidak sesuai dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada UD. Daehan Baja.

Berdasarkan survey yang telah saya lakukan pada 26 responden ada 4 orang yang tidak ingin menjawab kuesioner yang telah saya berikan, dikarenakan terburu-buru dengan kesibukannya. 8 orang menjawab puas dengan kualitas produk, dikarenakan responden merasa puas dengan hasil produk yang buat oleh UD. Daehan Baja. Dan 14 orang menjawab tidak puas terhadap kualitas produk, dikarenakan peralatan yang digunakan untuk memproduksi kurang canggih sehingga konsumen tidak bisa memesan model produk sesuai keinginannya..

### **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada UD. Daehan Baja ?
2. Bagaimana menganalisis kualitas produk terhadap loyalitas pada UD. Daehan Baja?
3. Bagaimana menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pada UD. Daehan Baja?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada UD. Daehan Baja.
2. Untuk menganalisis kualitas produk terhadap loyalitas pada UD. Daehan Baja.
3. Untuk menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pada UD. Daehan Baja.

### **E. Kegunaan Penelitian.**

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis:
  - a. Untuk mengetahui analisis kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.

- b. Kesempatan untuk menambah wawasan maupun pengetahuan dibidang Manajemen Pemasaran.
- c. Untuk menerapkan teori-teori yang telah diterima dibangku kuliah terhadap kondisi yang ada di perusahaan.
- d. Digunakan untuk bahan kajian dan menjadi referensi untuk penelitian yang diharapkan, dapat lebih mengerti dan melakukan riset permasalahan secara teori yang di aplikasikan dalam dunia nyata.

2. Bagi UD. Daehan Baja Blitar.
  - a. Simpulan dan saran dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan UD. Daehan Baja Blitar.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pedoman dalam pengembangan produknya agar mampu menarik minat konsumen.
3. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar
  - a. Sebagai tambahan informasi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu manajemen pemasaran.
  - b. Dapat dijadikan bahan dan referensi untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama di masa yang akan datang.
4. Bagi peneliti selanjutnya.

Diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.