

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi yang serba modern ini, menjadi tantangan bagi setiap perusahaan atau pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya, ini semua dikarenakan dunia usaha yang begitu ketat dalam persaingannya. Hal ini mengharuskan pelaku usaha agar mampu meningkatkan produktivitasnya, sehingga dapat turut bersaing dalam dunia pasar.

Sebagai pelaku usaha, kemauan dan kebutuhan para konsumennya harus dapat dipahami dengan baik, sehingga mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Oleh sebab itu, para pembisnis harus bisa melakukan penyusunan strategi pemasaran dengan baik supaya kepuasan pelanggan dapat tercipta dengan baik dan tentunya mampu terus bertahan dalam persaingan dunia bisnis.

Pada masa sekarang, kita telah banyak mendengar bidang usaha garmen pakaian, yaitu bidang usaha yang memproduksi pakaian jadi. Contoh produk dari usaha garmen pakaian ini antara lain yaitu, kemeja pria, kaos polos, kaos polo, jaket, kaos sablon, celana, jaket, rok wanita, jas almamater dan sebagainya.

Usaha garmen pakaian termasuk usaha yang telah banyak digeluti oleh masyarakat, baik skala kecil maupun besar, sehingga hal ini menyebabkan semakin ketatnya tingkat persaingan dalam usaha garmen pakaian.

Hal yang harus dilakukan oleh Para pihak perseorangan maupun kelompok yang menekuni bidang usaha garmen pakaian mampu untuk

terus bersaing dalam pasar, yaitu dengan senantiasa memperhatikan mengenai kualitas produk pakaian yang dihasilkan, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, dan tentunya senantiasa berusaha menyusun strategi pemasaran yang baik.

Berdasarkan pendapat dari Kotler dan juga Armstrong (2014 : 11), dijelaskan bahwa pengertian kualitas produk adalah kemampuan dari produk dalam memperagakan fungsi dari produk tersebut. Termasuk di dalamnya meliputi keseluruhan reliabilitas, durabilitas, mudahnya pengoperasian, ketepatan, reparasi barang dan lain sebagainya. Adapun Kotler dan Keller (2016 : 164) mengemukakan definisi dari kualitas produk ialah kemampuan dari suatu produk dalam memberikan kinerja atau hasil yang sesuai keinginan konsumen atau bahkan lebih dari itu.

Berkaitan dengan masalah kualitas produk, maka hal ini menjadi ujian yang wajib dipahami dan dihadapi oleh para pelaku usaha khususnya bidang usaha garmen pakaian agar dapat terus mempertahankan eksistensinya di pasar.

Oleh karena itu, para pelaku usaha wajib mengetahui terlebih dahulu mengenai kualitas produk dan komponen kualitas produk dengan tujuan bahwa para pelaku usaha dapat mengukur seberapa jauh kualitas barang yang dimiliki mampu mengatasi masalah kemauan dan kebutuhan pelanggan, sehingga mampu mencapai pemenuhan kepuasan pelanggan.

Suatu proses standarisasi kualitas sangat diperlukan agar suatu produk mampu mencapai kualitas yang diharapkan. Proses standarisasi bertujuan agar setiap barang yang dihasilkan tetap terjaga dan tetap mampu memenuhi standar seperti yang telah ditetapkan sebelumnya.

Maka dengan adanya proses standarisasi ini, kepercayaan konsumen terhadap produk akan tetap terjaga.

Dalam meningkatkan daya saing usaha, para pelaku usaha garmen pakaian perlu untuk memperhatikan yang namanya kualitas pelayanan, karena hal ini termasuk faktor penting dalam usaha meraih kepuasan pelanggan.

Definisi kualitas pelayanan (menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014 : 7)), dijelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan setiap kegiatan atau pun tindakan yang mampu ditawarkan dari pihak yang satu kepada pihak yang lainnya, yang pada intinya tidak memiliki wujud dan juga tidak berakibat terjadinya perpindahan suatu kepemilikan.

Pengertian lain dari kualitas pelayanan, yaitu kualitas pelayanan memiliki fokus dalam upaya untuk mengatasi masalah dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan klien serta ketepatan dalam menyampaikan untuk menyesuaikan apa yang menjadi pengharapan dari klien (Tjiptono, 2014: 268).

Para pelaku usaha harus memperhatikan salah satu aspek penting dalam berbisnis, yaitu aspek kualitas pelayanan. Aspek ini mampu menjadi masalah besar bagi perusahaan apabila memiliki citra yang negatif. Pelanggan akan lebih merasakan kepuasan terhadap pelayanan kita apabila kita sebagai pelaku usaha memberikan pelayanan dengan mutu yang baik. Pelanggan akan memberikan kesan/pandangan yang baik apabila disuguhkan kepada mereka pelayanan yang berkualitas, karena mereka merasa lebih diperhatikan dan diperlakukan dengan baik.

Selain dua variabel penting di atas yang telah diulas, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, terdapat satu variabel yang cukup penting juga untuk diperhatikan dan dibahas oleh para pelaku usaha khususnya usaha bidang garmen pakaian, yaitu mengenai harga produk.

Sesuai pernyataan Kotler beserta Amstrong (2008:345), jumlah nilai yang dibayar pelanggan untuk suatu produk atau layanan untuk menuai manfaat dari menggunakan atau memilikinya dikenal sebagai harga. Dalam penetapan suatu harga produk, hal tersebut berdasarkan kepada strategi para pelaku usaha seraya melakukan beragam pertimbangan. Harga suatu barang atau jasa bisa saja memiliki harga yang murah dan juga bisa memiliki harga yang mahal dan ini sifatnya relatif tergantung bagaimana kondisi pasar yang ada. Peran aktif para pelaku usaha khususnya usaha bidang garmen pakaian sangat dibutuhkan terutama dalam proses memantau harga-harga yang ditawarkan/ditetapkan para pesaing usaha. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat mematok harga yang sesuai, yaitu tidak terlalu rendah maupun tidak terlalu tinggi dari harga yang ditetapkan oleh pesaing usaha, sehingga permasalahan yang dapat ditimbulkan dari aspek harga produk dapat diminimalisasi sekecil mungkin.

Pelaku usaha *clothing garment* perlu memperhatikan taraf kepuasan pelanggan dalam menjalankan usahanya, hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan menjadi pendorong bagi para pelaku usaha garmen pakaian untuk terus bekerja dengan baik, berinovasi, serta mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggannya. Pada waktu sekarang telah banyak para pesaing usaha garmen pakaian yang semakin memahami mengenai pentingnya nilai kepuasan pelanggan, sehingga mereka pun

senantiasa menyusun strategi bisnis agar mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan-pelanggannya.

Berdasarkan penyampaian Tjiptono (2012 : 301), bahwa pengertian kepuasan pelanggan ialah sebuah keadaan yang ditampakkan oleh pelanggan ketika mereka sadar apa yang menjadi keinginan dan juga kebutuhannya dapat terpenuhi dengan baik sesuai dengan apa yang telah diharapkan. Ketika para pelaku bisnis atau usaha terlebih khusus pada usaha garmen senantiasa memberikan perhatian lebih terhadap nilai kepuasan pelanggan, maka hal demikian dapat memberikan pengaruh baik untuk pelaku usaha, yaitu mampu menciptakan sebuah komunikasi positif pelanggan dari pelanggan yang satu kepada pelanggan lainnya, sehingga dengan hal yang demikian mampu mendorong calon pelanggan lain untuk ikut serta menjadi pelanggan karena ingin merasakan pula kepuasan seperti yang dirasakan oleh pelanggan yang sudah terlebih dahulu menikmati kepuasan tersebut, baik dalam hal kualitas produk, kualitas pelayanan, maupun dari harga produknya.

Kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang luar biasa, mengingat kepuasan pelanggan bersifat dinamis. Tingkat pemenuhan individu terhadap segala sesuatu terus berkembang dari zaman ke zaman. Kebutuhan masyarakat pada saat ini tidak setara dengan kebutuhan pada waktu-waktu sebelumnya maupun masa mendatang. Berkaitan pula mengenai keinginan maupun harapan masyarakat sebagai konsumen yang akan terus berubah sesuai dengan kondisi yang ada, sehingga hal ini pun akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Maka disinilah peran aktif para pelaku usaha dalam mengembangkan bidang usahanya terkhusus

usaha dalam bidang garmen pakaian, tidak hanya dengan cara terus memproduksi pakaian sebanyak-banyaknya, namun lebih jauh dari itu harus mampu menjadikan pelanggan tetap untuk terus berlangganan dan menjadikan calon pelanggan lain turut serta menjadi pelanggannya.

Adapun unsur-unsur yang dapat memberdayakan pemenuhan pembeli atau mampu meningkatkan kepuasan pelanggan antara lain adalah kualitas barang, biaya, kualitas pelayanan, kemudahan, harga, dan faktor emosional. Para pelaku usaha khususnya pada bidang garmen pakaian diharapkan dapat sungguh-sungguh dalam memperhatikan hal-hal yang mampu meningkatkan atau menambah nilai kepuasan pelanggan tersebut.

Produk yang berkualitas yang dihasilkan oleh pelaku usaha bidang garmen pakaian akan mampu menumbuhkan rasa puas, terlebih setelah dilakukannya pembelian oleh pelanggan dan juga pemakaian bagi produk tersebut.

Kebutuhan sandang di zaman yang modern ini menjadi hal yang penting yang harus dipenuhi oleh masyarakat. Maka dari itu, para pelaku usaha bidang garmen pakaian harus benar-benar bisa mengabdikan kebutuhan sandang masyarakat seraya tetap memperhatikan nilai kepuasan bagi masyarakat. Faktor utama yang menjadi target para konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehingga dapat tercapai kepuasan terhadap produk adalah adanya kualitas produk yang baik, kemudian ditunjang dengan pemberian pelayanan yang baik pula, serta pemberian harga yang wajar dan terjangkau. Pelanggan akan cenderung kembali melakukan pembelian produk ketika mereka

merasakan adanya kepuasan dalam diri setelah melakukan pembelian dan pemakaian produk tersebut. Namun berlaku sebaliknya, jika pelanggan merasakan ketidakpuasan atas pembelian dan pemakaian produk, maka biasanya mereka akan cenderung beralih ke produk lain yang mereka anggap memiliki keunggulan yang lebih dengan harapan mampu memenuhi kebutuhan, dan keinginan, serta harapan mereka dalam mencapai kepuasan diri.

Sehubungan dengan permasalahan yang telah diulas di atas, yaitu berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan juga harga produk yang mampu mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, maka dengan ini sehubungan dengan pengkajian mengenai, "Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Garmen *Noob Production Garment* Sidoarjo Jawa Timur" cukup diperlukan untuk dilakukan penelitian guna mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan dari pelanggan *Noob Production Garment* Sidoarjo Jawa Timur.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai penjelasan yang sudah disampaikan, dengan ini penulis berusaha mencoba untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang nantinya akan dianalisa, yaitu :

1. Apakah kualitas produk memengaruhi secara signifikan bagi kepuasan pelanggan pada usaha garmen *Noob Production Garment* Sidoarjo, Jawa Timur?

2. Apakah kualitas pelayanan memengaruhi secara signifikan bagi kepuasan pelanggan pada usaha garmen *Noob Production Garment* Sidoarjo, Jawa Timur?
3. Apakah harga produk memengaruhi secara signifikan bagi kepuasan pelanggan pada usaha garmen *Noob Production Garment* Sidoarjo, Jawa Timur?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga produk memengaruhi secara simultan bagi kepuasan pelanggan pada usaha garmen *Noob Production Garment* Sidoarjo, Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk bagi kepuasan pelanggan pada usaha garmen *Noob Production Garment* Sidoarjo, Jawa Timur.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan pada usaha garmen *Noob Production Garment* Sidoarjo, Jawa Timur.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga produk bagi kepuasan pelanggan pada usaha garmen *Noob Production Garment* Sidoarjo, Jawa Timur.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga produk bagi kepuasan pelanggan pada usaha garmen *Noob Production Garment* Sidoarjo, Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademis

Penelitian bermanfaat untuk mahasiswa sebagai acuan pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan pada masa mendatang yang memiliki kaitannya dengan bidang ilmu manajemen pemasaran.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian bermanfaat sebagai bahan acuan dalam menciptakan keunggulan produk melalui peningkatan kualitas produk, kualitas pelayanan, maupun harga produk dan juga sebagai bahan acuan dalam mempelajari serta meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara mengaplikasikan ilmu yang telah dipaparkan dalam penelitian.

3. Aspek Praktis

Penelitian bermanfaat sebagai bahan acuan dalam proses meningkatkan produktivitas kerja pelaku usaha bidang garmen pakaian guna memberikan nilai kepuasan terhadap pelanggan.