

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Di era yang semakin modern ini, perkembangan dunia industri semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dari adanya persaingan yang sangat ketat antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya, baik itu yang bergerak dibidang industri jasa ataupun barang. Dengan adanya persaingan yang ketat, maka perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk menjaga agar pelanggan tetap loyal terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa memberikan penawaran dan kualitas layanan yang lebih baik. Ini berlaku untuk semua perusahaan, tidak terkecuali perusahaan yang bergerak dibidang jasa. (Menurut kotler dalam Nana Herdiana 2015:103), jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang secara positif tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik. Setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan begitu produk dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan pelanggan memiliki banyak alternatif pilihan produk yang ditawarkan. Hal ini membuat pelanggan mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan

oleh produsen. Hal ini juga merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk dan jasa ditawarkan maka semakin banyak ketat juga persaingan yang terjadi kepada orang usaha. Maka para seorang bisnis untuk mampu meningkatkan kerjanya dalam perusahaan agar bisa bersaing dipasar untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan mempunyai strategi yang kuat dalam memasarkan produk barang jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Kondisi persaingan yang ketat membuat pelanggan sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan pelanggan secara terus menerus. Sehingga terjadi perubahan cara berpikir, termasuk dalam pemasaran adalah suatu sistem total kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan (Djaslim S, 2003 dalam Nana Herdiana, 2015).

Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Menurut Kotler (Nana Herdiana 2015:71) kualitas produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan pada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan positif pelanggan yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Kesenjangan yang mengalami ketidaksesuaian antara harapan dengan kinerja aktual jasa atau produk maka pelanggan berada pada diskonfirmasi. Jadi dapat disimpulkan dari beberapa pengertian tersebut menurut para ahli, bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang ketika

menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Inovasi adalah kaedah mencari jalan untuk menghasilkan produk baru yang lebih baik, organisasi tidak akan membenarkan perusahaan mereka berpuas hati dengan apa yang ada, apabila pesaing akan menghasilkan ide yang kreatif. Maka inovasi akan berfikir bagaimana caranya untuk menghasilkan sesuatu yang baru dipasaran yang akan merubah persamaan antara permintaan dan pengeluaran dalam pelanggan. Jadi inovasi adalah bukan sekedar penciptakan produk yang baru dan lebih baik, tetapi juga mengembangkan sistem yang lebih baik dan konsep bisnis yang baru.

Maka dari penjelasan diatas produk yang kita tawarkan harga cukup terjangkau, agar produk dapat diketahui oleh pelanggan untuk mencoba dan kemudian mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Dan kualitas produk yang kita tawarkan apakah Roti Dian Jaya baik dikonsumsi karena banyak roti menggunakan bahan-bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh. Dan kenyataannya Roti Dian Jaya tersebut sangat terjaga kualitasnya, sangat lezat, roti yang empuk dan aman untuk dikonsumsi baik untuk kalangan anak kecil maupun dewasa. Karena Roti Dian Jaya tersebut langsung dibuat dipabriknya dan langsung dijual oleh penjual dari pabrik tersebut. Roti ini juga mempunyai toko sendiri, dan dikirim dipasar-pasar dan dititipkan ditoko-toko yang lain. Tetapi pelanggan jangan khawatir roti yang disediakan oleh pabrik ada roti basah dan roti kering, jadi roti yang basah jangka waktu roti yang dijual tidak lama karena perusahaan ingin pelanggan mendapatkan roti yang segar dan lezat untuk dikonsumsi. Tetapi kalau roti kering yang pabrik buat jangka waktu roti bisa agak lama, jadi pelanggan jangan takut untuk membeli. Kualitasnya juga sama-sama bagus dan tidak menggunakan bahan berbahaya.

Setelah beberapa waktu diteliti dilapangan secara langsung dengan menanyakan pendapatan dari pelanggan juga penjual dari pabrik, diketahui bahwa roti ini sangatlah diminati oleh masyarakat dan setiap konsumen, karena roti ini juga bisa digunakan untuk acara nikahan, tasyakuran, maupun acara lainnya. Jadi masyarakat sering membeli kembali, maka pelanggan yang sering membeli tidak kecewa untuk membeli lagi, dan pelayanan yang kita lakukan kepada pelanggan cukup baik, cepat dan memuaskan pelanggan kita.

Tabel 1.1
Data Penjualan Roti Dian Jaya Nganjuk
Tahun 2016-2017

Bulan	2016	2017
Januari	40.000.000	40.000.000
Februari	48.000.000	40.000.000
Maret	40.000.000	40.000.000
April	36.000.000	40.000.000
Mei	40.000.000	32.000.000
Juni	40.000.000	48.000.000
Juli	60.000.000	28.000.000
Agustus	40.000.000	56.000.000
September	56.000.000	36.000.000
Oktober	32.000.000	40.000.000
November	40.000.000	44.000.000
Desember	40.000.000	60.000.000
Total	512.000.000	504.000.000

Sumber : Roti Dian Jaya Nganjuk, 2018

Dari data penjualan dari data diatas dapat diketahui bahwa tingkat penjualan di Roti Dian Jaya Nganjuk pada periode tahun 2016 sampai tahun 2017 memiliki tingkat penjualan yang tidak stabil atau mengalami penurunan tiap tahunnya. Pada tahun 2016 penjualan di Roti Dian Jaya mengalami kenaikan dalam penjualan yaitu sebesar Rp 512.000.000. Tetapi saat memasuki ditahun 2017 penjualan mengalami penurunan sebesar Rp 504.000.000. Kondisi yang

terjadi pada Roti Dian Jaya disebabkan karena banyaknya pesaing dalam pemasaran, jadi banyak pelanggan yang membandingkan harga jual kepada penjual lain. Sedangkan Roti Dian Jaya Nganjuk mengutamakan dalam kualitas produk yang baik.

Tabel 1.2
Harga Penjualan Roti Dian Jaya Nganjuk

Aneka Roti	Konsumen Umum	Pelanggan Tetap
Roti Gulung	20.000	19.000
Sepiku	20.000	19.000
Karamel	21.000	20.000
Cake	19.000	18.000
3 Rasa	20.000	19.000
Tarmini	18.000	17.000
Bolu	20.000	19.000
Donat	1.500	1.000
Bakery	1.500	1.000

Sumber : Roti Dian Jaya Nganjuk, 2018

Jadi harga penjualan Roti Dian Jaya diatas adalah dapat memperbedakan dalam harga penjualan roti kepada konsumen umum dan pelanggan tetap, dan dalam harga penjualan dalam pelanggan maupun konsumen umum. Roti Dian Jaya membedakan selisih 1.000 kepada pelanggan tetap dan konsumen umum, karena pelanggan tetap akan menjual Roti itu kembali kepada konsumen lain agar mendapatkan keuntungan. Maka Roti Dian Jaya tidak memikirkan keuntungan bagi usahanya sendiri tetapi juga memikirkan keuntungan bagi pelanggan tetapnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini berjudul :
"PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP INOVASI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN PELANGGAN ROTI DIAN JAYA NGANJUK"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan data yang diperoleh dari Roti Dian Jaya Nganjuk, terdapat masalah-masalah kualitas layanan, persepsi harga, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan rumusan yang ada, maka diadakan penelitian mengenai bagaimana kualitas layanan, persepsi harga, produk terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya dibuat pertanyaan penelitian berdasarkan latar belakang dan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Roti Dian Jaya Nganjuk?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Roti Dian Jaya Nganjuk ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Roti Dian Jaya Nganjuk?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap inovasi pada Roti Dian Jaya Nganjuk?
5. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap inovasi pada Roti Dian Jaya Nganjuk?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap inovasi pada Roti Dian Jaya Nganjuk?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Inovasi pada Roti Dian Jaya Nganjuk?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Roti Dian Jaya Nganjuk.
2. Untuk mengetahui persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Roti Dian Jaya Nganjuk.
3. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Roti Dian Jaya Nganjuk.
4. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap inovasi pada Roti Dian Jaya Nganjuk.
5. Untuk mengetahui persepsi harga berpengaruh terhadap inovasi pada Roti Dian Jaya Nganjuk.
6. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap inovasi pada Roti Dian Jaya Nganjuk.
7. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap inovasi pada Roti Dian Jaya Nganjuk.

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian pasti mengharapkan ada manfaat bagi semua pihak yang membacanya yang terkait secara langsung didalamnya. Ada beberapa kegunaan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademis.

Dapat mengembangkan teori dan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, dan berguna untuk menjadi referensi bagi peneliti untuk kemajuan dunia pendidikan, penelitian ini dapat digunakan sebagai wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap inovasi pada kepuasan pelanggan.

2. Bagi Roti Dian Jaya Nganjuk

Untuk masukan bagi semua pihak Roti Dian Jaya Nganjuk, untuk mengenai masalah yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan, persepsi harga, dan kualitas produk yang mengacu pada inovasi dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Penulis.

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengalaman yang paling berharga dan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran yang berhubungan dengan pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, kualitas produk, terhadap inovasi pada kepuasan pelanggan.