

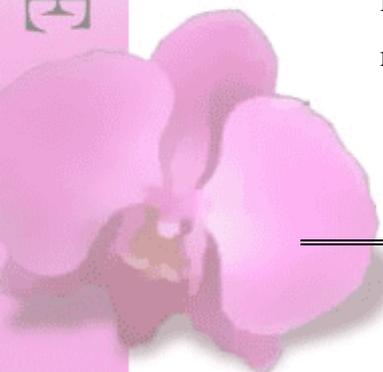
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki budaya beraneka ragam termasuk dalam jumlah terbanyak di dunia. Banyak industri tanah air yang sudah tersebar secara global, namun belum dikenal secara global sebagai industri dari Indonesia sendiri. Persaingan bisnis global saat ini sangatlah ketat karena adanya MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) yang produk Indonesia sendiri bisa dengan mudahnya menyebar ke penjuru ASEAN. Oleh karena itu masyarakat sendiri sekarang lebih teliti dalam melakukan pemasarannya. Sehingga konsumen juga lebih teliti dalam membeli produk yang akan mereka konsumsi. Selain itu Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alamnya, negara kepulauan yang menghubungkan dari Sabang sampai Merauke. Dari pulau-pulau tersebutlah menghasilkan banyak sumber daya alam karena di setiap pulau berbeda akan kekayaan sumber daya alamnya. Namun, penyebaran penduduk di Indonesia belum merata khususnya di Pulau Sumatera, Kalimantan, dan Papua, penduduknya tidak sepadat di Jawa. Program transmigrasi pun banyak dilakukan oleh pihak pemerintah untuk masyarakatnya, guna untuk pemerataan penduduk. Terdapat sekitar 200 budaya, tersebar di setiap tempat di Indonesia dengan ciri khas budaya masing-masing.

Keanekaragaman budaya menghasilkan produk buatan yang berbeda, menjadi nilai tambah untuk dikemas menjadi oleh-oleh ketika ada kunjungan wisatawan dari luar kota maupun luar negeri. Melalui keanekaragaman itulah Indonesia menjadi salah satu negara pilihan untuk liburan mancanegara seperti di pulau dewata Bali, Gunung Bromo, dan masih banyak lagi objek wisata yang indah.

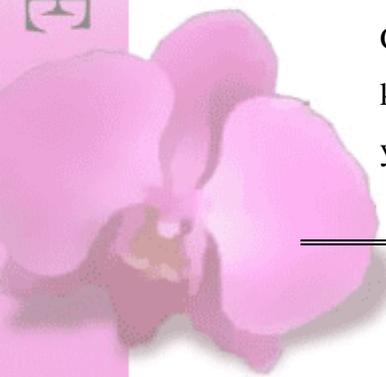


Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Lupyoadi (2001) ada 5, antara lain:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Dari faktor diatas yang sangat mempengaruhi dalam memuaskan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Emosi yang didapat pelanggan terhadap perusahaan ditimbulkan karena pelayanan dan produk yang diberikan perusahaan, sedangkan harga yang murah atau mahal sangat ditentukan dari kualitas produknya, adanya biaya karena adanya jasa yang diberikan perusahaan atau pelayanan perusahaan. Oleh karenanya dalam penelitian ini peneliti mengambil dua variabel penting dalam memuaskan pelanggan.

Produk adalah salah satu unsur penting dari bauran pemasaran. Menurut Cooper dan Kleinshmidt (1990) dalam Munfaat (2003) menyatakan keunggulan produk sangat ditentukan oleh keunikan produk, inovasi produk yang terus menerus, kemampuan produk memenuhi kebutuhan pelanggan,



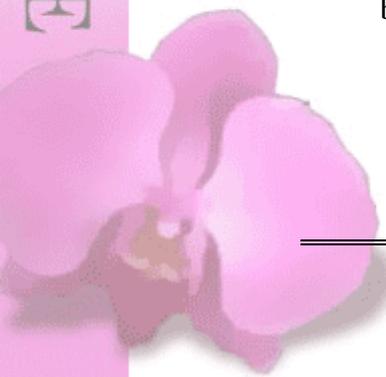
kemampuan produk mereduksi biaya yang dikeluarkan pelanggan, kecanggihan produk dan desain produk itu sendiri.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang maksimal adalah senjata bagi perusahaan untuk tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan di tengah ketatnya persaingan. Kualitas yang buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang membeli produk yang bersangkutan melainkan berdampak juga bagi calon pelanggan. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya (Lupiyoadi 2006). Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing.

Hasil atau produk Indonesia pun sebenarnya kaya dan menghasilkan produk-produk yang berkualitas. Tentu yang seharusnya produk Indonesia itu menjadi tuan rumahnya di negeri sendiri. Namun, banyaknya monopoli dunia, produk luar negeri lebih memegang peranan pasar sehingga menjadikan minat masyarakat Indonesia cenderung ke produk luar negeri.

Salah satu tempat wisata di Indonesia yang terkenal, bahkan sampai ke mancanegara adalah Bali. Bali terletak di sebelah timur dari Pulau Jawa, salah satu pulau yang juga menjadi provinsi di Indonesia. Dengan julukan Pulau Dewata, Bali menjadi destinasi idaman untuk setiap wisatawan yang ingin berlibur dengan suguhan keindahan pemandangan yang membuat kagum setiap orang.

Pulau dewata Bali menjadi salah satu objek wisata yang paling banyak dikunjungi wisatawan asing maupun lokal karena keindahan panorama alamnya. Bali merupakan pulau yang terletak dibagian timur negara tropis. Sebagai daerah kunjungan wisata, Bali memiliki segudang daya tarik. Begitu pula untuk urusan cinderamata dan oleh-oleh. Ketika wisatawan berkunjung, salah satu yang menjadi incaran wajib adalah oleh-oleh.

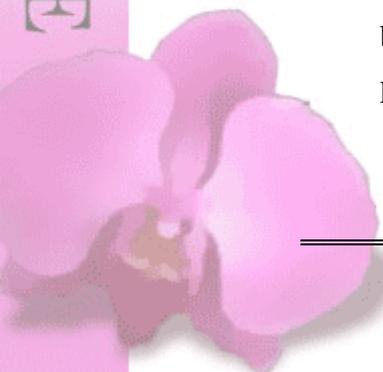


Saat ini distribusi memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tanpa adanya distribusi produsen akan kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumen pun harus berusaha mengejar produsen untuk dapat menikmati produknya.

Distributor pada umumnya memiliki badan usaha yang berbentuk Usaha Dagang (UD) maupun Perseroan Terbatas (PT). Akan tetapi dalam penelitian ini peneliti meneliti pada kualitas pelayanan dan produk dari UD. Bali Grosir. Usaha Dagang (UD) sendiri merupakan bentuk usaha yang kegiatan utamanya adalah membeli barang dan menjualnya kembali dengan tujuan memperoleh keuntungan tanpa merubah kondisi barang yang dijual. Selain itu keuntungan yang diperoleh didapat dari barang yang dijual dengan memperhitungkan biaya distribusi dan operasional.

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh Mohamad Rizan dan Fajar Andika (2011). Penelitian tersebut dilakukan pada pelanggan Suzuki, dealer Fatmawati di Jakarta Selatan. Hasil penelitian memperlihatkan kualitas produk secara negatif mempengaruhi kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Jefry F.T. Bailin, Agus Supandi Soegoto, dan Sjendry Serulo R. Loindong (2014) melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado. Hasil penelitian tersebut berbeda dari penelitian Mohamad Rizan dan Fajar Andika (2011). Penelitian tersebut menggunakan variabel kualitas produk, harga dan lokasi. Dari hasil pengujian di dapatkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga dengan pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi



secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado.

Tuti Hastuti (2013) melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan dan pola bagi hasil terhadap kepuasan nasabah penyimpan pada Bank Syariah. Pada penelitian ini juga berbeda dari Jefry F.T. Bailin , Agus Supandi Soegoto , dan Sjendry Serulo R. Loindong (2014) dan Mohamad Rizan dan Fajar Andika (2011), dimana dalam penelitian tersebut dilakukan di Bank Syariah dan ada tambahan pola bagi hasil sebagai variabel independen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan UD.Bali Grosir)”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

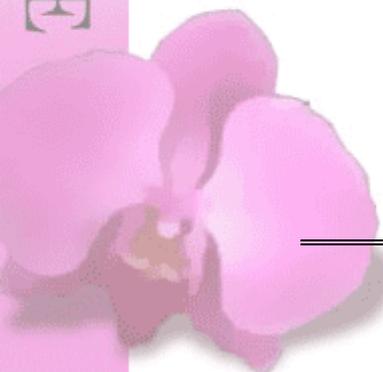
Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

1. Dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Dapat mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan



Manfaat Praktis

Bagi UD.Bali Grosir

Memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan pasar dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk UD.Bali Grosir.

