

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diera digitalisasi seperti sekarang ini perkembangan teknologi dan informasi berjalan sangat besar, sehingga menghasilkan suatu persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal ini membuat para produsen untuk lebih berfikir kritis, kreatif dan inovatif terhadap perubahan yang terjadi baik dibidang sosial, budaya, politik maupun ekonomi. Hal terpenting yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan agar berhasil dalam persaingan bisnis yaitu berupaya membangun strategi perusahaan guna untuk mencapai tujuan, meningkatkan dan mempertahankan konsumen agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berusaha dalam memproduksi suatu barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perkembangan perdagangan di Indonesia mengalami kenaikan pesat, sehingga terjadi persaingan ketat perusahaan untuk merebut posisi dipangsa pasar, hal ini menjadikan perusahaan harus mampu mengalahkan pesaing-pesaing lainnya agar bisa benar-benar berada dipuncak perdagangan. Perusahaan yang ingin memenangkan perdagangan adalah perusahaan yang bisa mengetahui siapa konsumennya dan memahami perilaku konsumen yang menjadi sasaran konsumen, pemahaman seperti itu akan mengalahkan perusahaan dalam mencapai keberhasilan dalam mengalahkan pesaing dan berada diposisi pangsa yang baik.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan

produk, serta atribut bernilai lainnya (Weenas, 2013). Strategi kualitas dari produk yang dihasilkan harus mempertimbangkan konsumen yang akan dituju diwaktu penggunaannya serta strategi kualitas produk yang digunakan oleh para pesaing. Jadi semakin tinggi kualiatas produk maka semakin tinggi pula niatan konsumen untuk membeli produk tersebut dan sebaliknya jika kualitas produk tersebut rendah, maka semakin rendah keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Perusahaan tidak hanya menetapkan satu harga, melainkan struktur penetapan harga yang mencerminkan perbedaan dalam permintaan dan biaya geografis, tuntutan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan, frekuensi pengiriman, jaminan, kontrak perbaikan dan faktor-faktor lainnya (Pogoh, 2013). Untuk mengetahui harga yang cocok untuk konsumen perusahaan harus melakukan riset yang mendalam agar dapat menentukan harga yang cocok untuk konsumen sehingga perusahaan dapat melakukan transaksi jual beli secara lancar. Bagi perusahaan harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih. Konsumen menggunakan harga sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pembelian produk-produk atau tidak, kapan sebaiknya pembelian dilakukan dan serta berapa besar kebutuhan produk yang dibeli sesuai dengan daya beli konsumen suatu produk harus tepat terhadap penentuan dan penetapan harga jualnya. Sehingga dapat diterima oleh konsumen dengan tidak mengabaikan kualitas produk tersebut.

Kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen dengan memberikan penilaian

setelah memperoleh dan mengkonsumsi barang atau jasa (Maramis et al., 2018). Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal kedepannya atau bahkan beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluh ketidak puasan pada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi perusahaan tersebut. Pelanggan akan mempengaruhi pelanggan pelanggan lainnya atau calon pelanggan tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas.

CV. Mandiri Label adalah perusahaan Label/ Stiker bukan yang pertama di Indonesia namun perusahaan label/ stiker ini ingin menjadi yang terbaik. CV. Mandiri Label ini terletak di daerah Desa Geluran Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. CV. Mandiri Label ini memproduksi beberapa jenis label untuk pelanggan, seperti label variabel data, tamper glass label, label keamanan, waterproof label, label tahan lama, tersedia label perekat atau label removable perekat. Setelah berdirinya CV. Mandiri label ini mempunyai komitmen memberikan pelayanan yang terbaik dan akan merespon para pelanggan dengan lebih cepat.

Kualitas produk label barcode di CV. Mandiri Label ini tergolong cukup baik dan tidak kalah dengan produk label dari perusahaan lain, akan tetapi kadang pula ada produk label barcode yang diretur atau dikembalikan lagi oleh konsumen karena merasa tidak puas atas hasil kualitas produk Label Barcode di CV. Mandiri Label. Untuk mengatasi masalah ini karyawan menyetak ulang produk

untuk dikirim lagi pada konsumen yang merasa tidak puas. Tetapi tidak semua konsumen merasa seperti itu lebih banyak konsumen yang merasa puas dengan hasil kualitas produk di CV. Mandiri Label. Dan untuk harga sendiri tergolong cukup sama dengan perusahaan label lain akan tetapi kualitas produk sendiri cukup diatas rata-rata dengan harga yang sama dengan perusahaan lain.

Persaingan yang sangat ketat membuat produsen label barcode saling mengalahkan untuk mendapat pangsa-pangsa serta posisi puncak dalam industri produk label barcode. Berdasarkan latar belakang diatas penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Label Barcode Pada Cv. Mandiri Label Di Sidoarjo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka permasalahan yang dijadikan bahan kajian skripsi ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Mandiri Label di Sidoarjo ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Mandiri Label di Sidoarjo ?
3. Apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Mandiri Label di Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada CV. Mandiri Label di Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada CV. Mandiri Label di Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Mandiri Label di Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan diatas dapat disimpulkan manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk masukan dan referensi penelitian-penelitian selanjutnya sebagai penambah wawasan, perbandingan dan memperkaya bahan kajian terkait kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar tambahan informasi yang objektif dalam pengambilan strategi dan kebijakan yang tepat dalam upaya mencapai tujuan perusahaan untuk kedepannya.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan dan mengenal CV. Mandiri Label di Sidoarjo bagi masyarakat Surabaya terutama di wilayah Sidoarjo.

4. Bagi Peneliti

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Iuluan strata 1 (S1) pada faultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

5. Dengan melakukan penelitian ini, peneliti dapat memperoleh ilmu, pengetahuan, dan wawasan yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terutama pada CV. Mandiri Label di Sidoarjo.