

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin lama semakin tajam, terutama dalam era globalisasi dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Salah satu bidang usaha yang beberapa tahun ini berkembang cukup pesat adalah usaha bidang jasa makanan. Usaha jasa makanan atau Rumah Makan ini banyak diminati karena biasanya bisnis ini tidak terlalu dipengaruhi oleh perubahan perekonomian. Keadaan ini membuka peluang bagi kalangan usahawan yang tertarik di dalam bidang jasa makanan untuk menyediakan tempat yang khusus dan memadai disamping penyediaan produk berupa makanan yang cepat dan praktis. Dengan demikian timbullah persaingan yang ketat diantara para pengusaha jasa makanan untuk mendapatkan perhatian yang lebih dari para konsumen dan berusaha merebut pangsa pasar yang ada.

Perkembangan usaha dewasa ini mengalami perubahan dengan cepat. Perkembangan ini seiring dengan banyaknya para produsen yang menawarkan berbagai jenis produk kepada konsumen. Hal inipun dialami oleh Rumah Makan Saung Lingkar yang menawarkan produk berupa menu

makanan kepada para konsumennya. Dalam hal ini mutu dari produk-produk tersebut sebagai penentu kesuksesan Rumah Makan Saung Lingkar.

Menurut Kotler (2000;67)

Mutu adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Adapun peranan dari mutu produk diatas, sangatlah jelas pentingnya mutu produk bagi suatu perusahaan oleh karna itu kita perlu mengetahui definisi dari mutu produk.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001;354)

Mutu Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Pentingnya dari mutu produk, pada kurun waktu saat ini, pembaharuan penekanan atas mutu lebih menumbuhkan suatu gerakan yang menerapkan program TQM (Total Quality Management) dimana program ini diterapkan oleh perusahaan dalam upaya yang secara konsisten meningkatkan kualitas produk dan proses dalam setiap fase operasing serta untuk meningkatkan nilai pelanggan.

Menurut Kotler (2000;66)

Manajemnt Mutu Total (TQM) adalah pendekatan organisasi secara menyeluruh untuk secara berkesinambungan meningkatkan mutu semua proses, mutu, dan pelayanan organisasi.

Dengan melihat keberadaan Rumah Makan Saung Lingkar saya merasa bahwa mutu produk yang dihasilkan sangatlah penting. Hal ini untuk memenangkan persaingan dan juga untuk memenuhi kepuasan pelanggan karena Rumah Makan Saung Lingkar harus tahu apa yang menjadi harapan dan keinginan dari tiap pelanggan.

Salah satu cara agar Rumah Makan Saung Lingkar dapat bersaing dengan Rumah Makan lain yang menawarkan produk yang sejenis, adalah dengan melihat mutu produk itu sendiri yang dihasilkan oleh Rumah Makan itu seperti halnya menu makanan itu sendiri. Karena apabila menu makan itu berkualitas baik maka konsumen akan terus mencoba dan akan terpuaskan.

Menurut Kotlar (2000;42)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Kepuasan pelanggan memegang peranan penting sebab dengan tercapainya kepuasan pelanggan maka pelanggan akan balik kembali untuk membeli, pelanggan menjadi lebih setia yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan itu.

Dari sekian banyak pilihan Rumah Makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih Rumah Makan tertentu, salah satunya adalah Rumah Makan Saung Lingkar. Untuk itu pihak Rumah Makan Saung Lingkar berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen,

terutama produknya itu sendiri sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Ketika konsumen memasuki sebuah Rumah Makan, konsumen telah memiliki sekumpulan harapan mengenai bagaimana mereka memenuhi kebutuhan dan keinginannya tersebut, mereka masing-masing memiliki harapan yang berbeda mengenai produk apa yang akan dibeli, dimana mereka akan membelinya, dengan harga berapa produk itu dibeli.

Berkaitan dengan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh mutu produk dengan kepuasan pelanggan”**

1.2 Identifikasi Masalah

Persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan sejenis menyebabkan perusahaan harus mampu menganalisa kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memiliki mutu atau kualitas produk yang baik.

Mutu produk yang baik akan lebih menjamin tingkat kepuasan pelanggan apakah sesuai dengan harapannya atau tidak dan pada akhirnya merupakan salah satu keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan. Tingkat kepuasan pelanggan tersebut memungkinkan perusahaan untuk mengetahui sekaligus merencanakan mutu produk yang seharusnya menjadi prioritas utama.

Maka dari itu penulis tertarik untuk menganalisis pengaruh mutu produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Saung Lingkar, maka ada beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah mutu produk mempengaruhi kepuasan pelanggan Rumah Makan Saung Lingkar ?
2. Hal-hal apa saja dari mutu produk yang dilakukan Rumah Makan Saung Lingkar yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan?
3. Seberapa besar pengaruh mutu produk Rumah Makan Saung Lingkar terhadap kepuasan pelanggan ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan dimaksudkan untuk mendapatkan data-data yang mempunyai hubungan dengan masalah yang telah diidentifikasi untuk menyusun skripsi sebagai syarat kelulusan S1 di FE UKM

Sedangkan tujuan yang ingin dicapai penulis dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah mutu produk yang dihasilkan Rumah Makan Saung Lingkar mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui hal-hal apa saja dari mutu produk yang dilakukan Rumah Makan Saung Lingkar yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh mutu produk Rumah Makan Saung Lingkar terhadap kepuasan pelanggannya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan melakukan penelitian mengenai peranan mutu produk terhadap kepuasan pelanggan ini, penelitian bermaksud dan berguna untuk:

1. Bagi Penulis:
Untuk mendapatkan wawasan baru, menambah pengetahuan penulis, khususnya mengenai mutu dari suatu produk.
2. Bagi Perusahaan:
Hasil penelitian dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan dalam usahanya untuk melihat seberapa besar korelasi kualitas, atau mutu produk yang dihasilkan dengan tingkat kepuasan pelanggan.
3. Bagi Pembaca:
Sebagai referensi dan memberikan pengetahuan tambahan dalam bidang pemasaran dan menambah wawasan.

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Usaha jasa Rumah Makan pada dasarnya merupakan bidang usaha yang memiliki gabungan yang seimbang antara produk berwujudnya itu sendiri (makanan dan minuman) dengan produk jasanya (pelayanan).

Keduanya sangat menentukan dalam meningkatkan kepuasan konsumen ketika produk barang berwujudnya yang berupa makanan dan minuman diharapkan dapat juga memuaskan konsumen

Terdapat hubungan yang erat antara kualitas produk dan pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tingginya tingkat kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi dan biaya yang lebih rendah. Oleh karena itu, program peningkatan kualitas (quality improvement programs) biasanya juga meningkatkan profitabilitas

Di perusahaan yang berpusat pada mutu, manajer pemasaran mempunyai dua tanggung jawab. Pertama, mereka harus berpartisipasi dalam merumuskan strategi dan kebijakan yang dirancang untuk membantu perusahaan agar unggul dalam kecemerlangan melalui mutu total. Kedua, mereka harus menghasilkan mutu pemasaran sekaligus dengan mutu produksi.

➤ **Hipotesis**

Untuk menjelaskan bahwa mutu produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis yang diajukan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

Semakin baik mutu suatu produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan Saung Lingkar maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang datang ke Rumah Makan itu.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode pengumpulan data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei yang berguna untuk memperoleh informasi dari sebagian populasi (responden) dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh mutu produk terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan khas Sunda Saung Lingkar. Dalam survei ini informasi dikumpulkan secara langsung dari responden dengan menggunakan teknik pengumpulan data.

1.6.2 Definisi Variabel

Ada dua variabel penting yang menjadi objek didalam judul skripsi ini yaitu peranan mutu produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Saung Lingkar.

1. Variabel Bebas/ Independent Variabel

Yaitu variabel yang mempunyai variabel lain yang tidak bebas atau suatu variabel yang mendahului variabel lainnya yang tidak bebas. Sehubungan dengan judul penelitian diatas, yang menjadi variabel bebasnya adalah mutu produk, karena tingkat kepuasan dapat dipengaruhi oleh puas tidaknya pelanggan terhadap mutu produk yang dihasilkan suatu Rumah Makan.

2. Variabel Terikat/ Dependent Variabel:

Yaitu variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel lain, yang menjadi variabel terikat dalam judul skripsi ini adalah tingkat kepuasan pelanggan karena tingkat kepuasan pelanggan tidak dapat berdiri sendiri, melainkan di pengaruhi oleh mutu produk sebagai variabel bebasnya.

1.6.3 Operasional Variabel

Sesuai dengan judul skripsi ini yaitu “ Pengaruh mutu produk terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Saung Lingkar “ maka terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 1.1 Operasional Variabel (Variabel X)

Variabel	Definisi Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Independent Variabel: Mutu Produk	Kebaikan kebaikan karakteristik terutama	Keistimewaan.	1.Rasa makanan dan minuman	Tingkat kelezatan makanan dan minuman	Ordinal

	mutu suatu produk	Kesesuaian	2.Penyajian makanan dan minuman	Tingkat keistimewaan penyajian makan dan minuman	Ordinal
			3.Keanekaragaman makanan dan minuman	Tingkat bauran produk yang ditawarkan	Ordinal
			4.Makanan penutup	Tingkat keistimewaan pada makanan penutup yang diberikan gratis	Ordinal
			5.Kelengkapan	Tingkat kelengkapan makanan dan minuman	Ordinal
			1.Produk dan harga	Tingkat kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan	Ordinal
			2.Penampilan produk dan rasa	Tingkat kemenarikan produk dengan rasa yang dirasakan	Ordinal
			3.Penampilan produk dan	Tingkat kemenarikan	Ordinal

			menu	dan kesesuaian antara produk dimenu dengan produk yang disajikan	
		Daya tahan	4. Produk dan ukuran.	Tingkat kesesuaian ukuran setiap produk	Ordinal
			1. Keadaan saat disajikan	Tingkat kematangan makanan dan minuman saat disajikan sampai dikonsumsi	Ordinal
			2. Keadaan saat dibawa pulang	Tingkat keawetan cita rasa (daya tahan) makanan dan minuman saat di bawa pulang dan disimpan	Ordinal
			3. Kesegaran sayuran	Tingkat kesegaran sayuran	Ordinal
			4. Kesegaran buah-buahan	Tingkat kesegaran buah-buahan	Ordinal

		Gaya	1. Tata letak penyajian	Tingkat kemenarikan terhadap tata letak di meja	Ordinal
			2. Hiasan makanan dan minuman	Tingkat kemenarikan hiasan yang menempel pada makanan dan minuman	Ordinal
			3. Cara membawa makanan dan minuman	Tingkat penyajian terhadap gaya karyawan saat membawa pesanan	Ordinal
			4. Cara mengolah makanan dan minuman	Tingkat gaya juru masak dalam memasak makanan	Ordinal
		Rancangan	1. Susunan menu	Tingkat kerapihan susunan menu	Ordinal
			2. Bahasa	Tingkat kemudahan (bahasa) untuk membaca menu	Ordinal
			3. Dekorasi	Tingkat	Ordinal

			menu	keindahan warna pada menu	
			4.Susunan paket-paket menu	Tingkat kemudahan mendapatkan susunan paket menu	Ordinal

Tabel 1.2 Operasional Variabel (Variabel Y)

Variabel	Definisi Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan	Tingkat perkiraan dimana kinerja suatu produk dinilai berdasarkan kepuasan pelanggan	Credibility (kejujuran)	1.Makanan dan minuman	Tingkat kelezatan dan ke higienisan makanan dan minuman	
			2.Sikap karyawan	Tingkat kejujuran dan sikap yang dapat dipercaya	
			3.Reputasi perusahaan	Nama dan citra perusahaan	
		Security (keamanan)	1.Keamanan kendaraan	Tingkat keamanan	

			2.Keamanan fisik	kendaraan Tingkat keamanan fisik	
			3.Keamanan Finansial	Tingkat keamanan finansial	
		Acces (kemudahan)	1.Tempat duduk	Tingkat kemudahan mendapatkan tempat duduk	
			2.Pelayanan	Tingkat kemudahan mendapat pelayanan	
			3.Pembayaran	Tingkat kemudahan pembayaran dengan Credit card/ATM	
		Communication (komunikasi)	1.Informasi mengenai menu	Tingkat informasi mengenai menu	
			2.Informasi mengenai saran dan kritik	Tingkat informasi mengenai saran dan kritik pelanggan	

			3.Informasi mengenai pelayanan	Informasi mengenai Pelayanan Yang disediakan	
		Understanding (pengertian)	1.Fasilitas parkir 2.Fasilitas meja	Tingkat fasilitas Tingkat kemudahan mendapatkan meja	
		Competence (Keahlian)	3.Fasilitas sirkulasi udara 1.Keahlian membuat makan dan minuman 2.Keahlian dalam cara menghidangkan 3.Keragaman variasi makan dan minuman	Tingkat fasilitas AC Tingkat keahlian membuat makanan dan minuman Tingkat keahlian dalam menghidangkan makanan dan minuman Tingkat variasi makanan dan minuman	
		Countesy (Etika)	1.Keramahan karyawan	Tingkat keramahan	

			2.Cara berpakaian karyawan	karyawan Tingkat kerapihan pakaian karyawan	
			3.Etika penyajian makanan dan minuman	Tingkat etika penyajian makanan dan minuman	

1.6.4 Populasi dan Objek Penelitian

Objek yang diteliti pada penulisan ini adalah menyangkut kepuasan pelanggan akan mutu produk di Rumah Makan khas Sunda Saung Lingkar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rumah Makan khas Sunda Saung Lingkar.

1.6.5 Metode/Teknik Analisa

Dalam mengelola data digunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif untuk menjawab bagaimana harapan, persepsi, dan dimensi mutu yang memberikan kepuasan atau ketidakpuasan. Ada dua macam analisis yang akan dilakukan oleh penulis untuk menjawab pertanyaan yang telah didefinisikan oleh penulis, yaitu:

- a. Metode analisis kualitatif: yaitu data yang diteliti tidak dilaksanakan dalam bentuk angka-angka, melainkan hanya bersifat keterangan-keterangan atau uraian-uraian untuk menganalisa masalah yang ada dalam perusahaan

- b. Metode analisis kuantitatif: yaitu data yang diteliti atau dianalisis dalam bentuk atau perhitungan dan cara penyelesaiannya dengan metode statistik, yaitu dengan menggunakan analisa koefisien korelasi Spearman. Untuk mengetahui besar hubungan antara mutu produk dengan tingkat kepuasan pelanggan digunakan koefisien korelasi Spearman karena data kita adalah data Ordinal

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data ini, digunakan oleh penulis teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library research*)

Pengumpulan data berdasarkan informasi atau keterangan yang diperoleh antara lain buku, skripsi

2. Penelitian Lapangan

Pengumpulan data berdasarkan informasi yang berupa fakta atau berbagai gejala lain yang ada di lapangan penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Observasi: Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap Rumah Makan khas Sunda Saung Lingkar
- b) Wawancara: Mengajukan pertanyaan kepada pihak-pihak yang berwenang dan bersangkutan di Rumah Makan khas Sunda Saung Lingkar
- c) Kuesioner: Mengajukan susunan daftar pertanyaan tentang secara sistematis sehubungan dengan masalah yang diteliti seperti mutu

produk yang diberikan di Rumah Makan khas Sunda Saung
Lingkar

Teknik Pengumpulan Data

Meliputi:

- ❖ Editing: Yaitu memeriksa kembali seluruh data yang masuk, untuk mengetahui apakah ada kesalahan atau tidak
- ❖ Tabulasi: Yaitu mengkonfirmasi semua jawaban yang diterima kedalam bentuk tabel-tabel angka sehingga mempermudah pengolahan data yang ada.
- ❖ Kuesioner: Yaitu penulis memberikan dan menyebarkan suatu angket partanyaan yang berjumlah 21 buah baik tentang mutu produk ataupun tentang kepuasan pelanggan

Adapun bobot penilaian sebagai berikut

Tabel 1.2
Skala Penilaian Jawaban Angket

Alternatif Jawaban	Skor
<u>Mutu Produk</u>	
Sangat Memuaskan	5
Memuaskan	4
Cukup Memuaskan	3
Tidak Memuaskan	2
Sangat Tidak Memuaskan	1
<u>Kepuasan Pelanggan</u>	
Sangat Memuaskan	5
Memuaskan	4
Cukup Memuaskan	3
Tidak Memuaskan	2
Sangat Tidak Memuaskan	1

1.6.7 Sampel

Sampel adalah sebagai bagian dari populasi, sebagai contoh (Monster) yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Masalah sampel dalam suatu penelitian timbul disebabkan hal berikut:

- a. Penelitian bermaksud mereduksi objek penelitian sebagai akibat dari besarnya jumlah populasi, sehingga harus meneliti sebagian saja dari populasi.
- b. Penelitian bermaksud mengadakan generalisasi dari hasil-hasil kepenelitiannya dalam arti mengenakan kesimpulan-kesimpulan kepada objek segala kejadian yang lebih luas.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentasi (%) kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir/ diinginkan

Menurut Paguso garcia Dan Guerero menyatakan bahwa batas kesalahan yang dapat digunakan untuk populasi 100 orang a/t 10 % sehingga ukuran sampel dalam penelitian melalui perhitungan Rumus Slovin ditentukan sebesar:

$$\begin{aligned}
 N &= 100 \\
 e &= 0.1 \\
 n &= \frac{100}{1 + 100(0,1)} \\
 n &= 50
 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus Slovin tersebut kita dapat memperoleh sampel sebanyak 50 orang konsumen murni tersebut diharapkan hasil dari penelitiannya dapat mendekati keadaan sebenarnya.

1.6.8 Metode Analisis Data

- a) Dalam menganalisa data menggunakan perhitungan korelasi pangkat Pearson dengan rumus sebagai berikut: Koefisien dengan menggunakan metode Last square dirumuskan dengan menggunakan:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

rs = koefisien korelasi

x = definisi rata – rata X

$$= X - \bar{X}$$

Y = deviasi rata – rata variabel Y

Nilai korelasi rank Spearman (rs) akan bergerak antara $-1 \leq r \leq +1$

Jika:

rs=+1 berarti ada korelasi sempurna antara variabel x dan variabel y

rs=-1 berarti ada penilaian yang bertentangan antara variabel x dan variabel y

$r_s=0$ berarti tidak ada korelasi Moderately antara variabel x dan variabel y

Kuat lemahnya koefisien korelasi ditentukan dengan menggunakan batasan-

batasan sebagai berikut (Dean J.Champion):

+ 0.00 - 0.25 = Weak Association

+ 0.26 - 0.50 = Moderately Weak Association

+ 0.51 – 0.75 = Moderately Strong Association

+ 0.76 – 1.00 = Strong Association

b) Rancangan Uji Hipotesa

Besaran T merupakan faktor koreksi bagi tiap kelompok dengan pangkat yang sama dan dirumuskan sebagai berikut:

$$T = \frac{t^2 - t}{12}$$

Rancangan uji Hipotesa langkah-langkahnya:

- Menentukan hipotesis dan hipotesis alternatif

H0: $r_s=0$: Tidak terdapat korelasi antara variabel x dan variabel y

H1 : $r_s=1$: Ada korelasi antara variabel x dan variabel y

- Tingkat nyata 5 %

- Uji statistik

$$t = \frac{rs \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}} \quad \text{dgn } df = n - 2$$

Kriteria pengujian:

H0 ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ berarti H1 diterima

H0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ berarti H1 ditolak

c) Koefisien Determinasi

Sedang untuk mengetahui besar korelasi antara mutu produk dengan tingkat kepuasan konsumen, maka digunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$kd = rs^2 \cdot 100\%$$

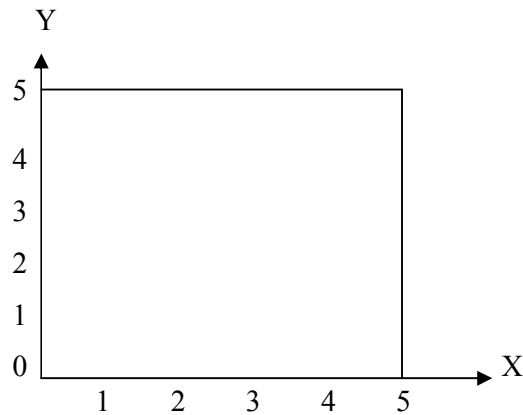
1.6.9 Analisis Harapan dan Kenyataan Konsumen dari Mutu Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Mean Variabel X = 3.7

Mean Variabel Y = 4.2

Grafik gap kepuasan antara harapan dan kenyataan

Gambar 1.1
Grafik Harapan dan Kenyataan



Ketika harapan pelanggan tercapai maka nilai yang diberikan adalah nilai 5 yaitu nilai maksimum

1.7 Lokasi Penelitian dan Jadwal Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Rumah Makan Saung Lingkar jalan Peta Bandung.

1.8 Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Bab ini mencakup latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesa penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori – teori antara lain Pengertian pemasaran, pengertian manajemen pemasaran, Pengertian Produk, jasa, Pengertian kepuasan pelanggan, dan hubungan mutu produk dengan kepuasanpelanggan yang diharapkan dapat membantu dan memecahkan permasalahan yang sedang diteliti.

BAB III Objek Penelitian

Menjelaskan lokasi penelitian beserta sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, kegiatan usaha perusahaan, kegiatan pemasaran, sumber daya manusia dan manajemen keuangan perusahaan.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini mencakup analisa karakteristik responden, analisa tanggapan responden terhadap mutu produk yang ditampilkan, tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan yang timbul melalui mutu produk yang ditampilkan, dan analisa pengaruh mutu produk terhadap kepuasan pelanggan melalui analisa korelasi rank spearman, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Merupakan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan penulis serta saran – saran bagi perusahaan yang

diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk perkembangan perusahaan di masa yang akan datang.