

## ABSTRAK

Perekonomian Indonesia walaupun sudah mulai menuju perbaikan dari keterpurukannya dari krisis ekonomi yang terjadi pada 1999. Tetapi masih banyak tantangan dan hambatan yang harus dihadapi agar tercapainya perekonomian Indonesia yang stabil, adil dan merata di seluruh wilayah Indonesia.

Termasuk negara Indonesia dimana sejak tahun 1997 sampai saat ini baru menuju ke arah perbaikan ekonomi dan masalah kenaikan BBM tahun 2005 masih membawa masalah yang menyebabkan turunnya daya beli masyarakat kecil dan menengah bawah akibatnya turunnya daya beli, dan banyak karyawan terkena PHK (pemutusan hak kerja).

Dengan hal-hal yang tersebutkan diatas yang merupakan masalah negara dan lebih spesifik lagi masalah perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia terutama perusahaan produksi tekstil yang ada di kota Bandung yang mengalami derasnya persaingan perusahaan yang satu dengan lainnya.

Maka perusahaan harus dapat memikirkan mencari keunggulan dalam bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, salah satu caranya dengan berorientasi pada pasar konsumen, dimana perusahaan harus menawarkan produk yang dijualnya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dari survei-survei dan masalah-masalah yang dihadapi, maka penulis mengambil PT. Heksatex Indah yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi tekstil dibidang usaha saat ini dirasa semakin berat, karena persaingan usaha semakin tajam.

Dengan ini penulis mencoba melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang meliputi seluruh profil responden yang bertujuan untuk mengetahui hubungan diantara kualitas produk yang diberikan dengan kepuasan yang diperoleh para konsumen di PT. Heksatex Indah. Penelitian ini dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi dengan menggunakan SPSS, uji t, uji statistik dan uji korelasi Spearman hingga diperoleh besar persentase hubungan antara kualitas produk yang diberikan dengan kepuasan konsumen pada PT. Heksatex Indah.

## DAFTAR ISI

|  |    |
|--|----|
| ABSTRAK.....                             | i  |
| KATA PENGANTAR.....                      | ii |
| DAFTAR ISI .....                         | v  |
| DAFTAR TABEL.....                        | x  |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xi |
| BABI PENDAHULUAN                         |    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....      | 1  |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....            | 3  |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....   | 4  |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....            | 4  |
| 1.5 Kerangka Pemikiran.....              | 5  |
| 1.6 Metode Penelitian .....              | 9  |
| 1.6.1 Jenis Sumber Data.....             | 9  |
| 1.6.2 Operasional Variabel.....          | 10 |
| 1.6.3 Teknik Pengumpulan Data.....       | 10 |
| 1.7 Lokasi Penelitian.....               | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA                  |    |
| 2.1 Pengertian Pemasaran .....           | 12 |
| 2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran ..... | 13 |
| 2.3 Bauran Pemasaran.....                | 14 |
| 2.4 Produk .....                         | 16 |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 2.4.1  | Perilaku Produk.....  | 17 |
| 2.4.2  | Karakteristik Produk.....   | 18 |
| 2.4.3  | Symbolisme Produk .....   | 19 |
| 2.4.4  | Hierarki Produk.....  | 20 |
| 2.4.5  | Mutu Produk .....   | 21 |
| 2.4.6  | Konsep Produk.....  | 21 |
| 2.4.7  | Diferensiasi Produk .....   | 21 |
| 2.4.8  | Ciri-Ciri Produk .....  | 22 |
| 2.4.9  | Lingkungan Produk .....   | 22 |
| 2.4.10 | Daur Hidup Produk .....   | 22 |
| 2.4.11 | Lima Tingkatan Produk.....  | 23 |
| 2.4.12 | Jenis Pengetahuan Produk .....                                    | 26 |
| 2.4.13 | Jenis-Jenis Produk Konsumen .....                                 | 27 |
| 2.4.14 | Strategi Produk.....  | 28 |
| 2.5    | Perilaku Konsumen.....  | 28 |
| 2.5.1  | Karakteristik Konsumen .....                                      | 29 |
| 2.5.2  | Faktor-Faktor Yang Menentukan Tingkat Keterlibatan Konsumen ..... | 29 |
| 2.5.3  | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen                 | 29 |
| 2.6    | Perilaku Membeli Konsumen.....                                    | 31 |
| 2.6.1  | Tipe-Tipe Perilaku Keputusan Membeli .....                        | 31 |
| 2.6.2  | Proses Keputusan Membeli .....                                    | 32 |
| 2.6.3  | Kategori Keputusan Pembelian Konsumen .....                       | 33 |

|   |    |
|---|----|
| 2.7 Pelanggan .....   | 34 |
| 2.7.1 Kepuasan Pelanggan.....   | 34 |
| 2.7.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....   | 35 |
| 2.7.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....   | 37 |
| 2.7.4 Konsep Kepuasan Pelanggan.....  | 39 |
| 2.7.5 Nilai Dan Kepuasan Pelanggan.....   | 40 |
| 2.7.6 Menarik Dan Mempertahankan Pelanggan.....   | 42 |
| 2.8 Kualitas Produk .....   | 42 |
| 2.8.1 Kualitas Yang Dikehendaki Konsumen .....  | 43 |
| 2.8.2 Kualitas Pasar Terhadap Produk.....   | 43 |
| 2.8.3 Kualitas Produk Yang Diberikan Oleh Perusahaan .....  | 44 |
| 2.8.4 Kualitas Produk Yang Sudah Dijual .....   | 44 |
| 2.8.5 Kualitas Produk Yang Seharusnya Bagi Bisnis .....   | 44 |
| 2.9 Kepuasan Konsumen .....   | 45 |
| 2.9.1 Kepuasan Yang Diberikan perusahaan Kepada<br>Konsumen.....                                      | 45 |
| 2.9.2 Kepuasan Yang Dikehendaki Konsumen .....  | 45 |
| 2.9.3 Kepuasan Yang Tersedia Di Pasar .....   | 45 |
| 2.9.4 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan<br>Konsumen Yang membeli Di PT. Heksatex Indah ..... | 46 |

### BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 3.1 Objek Penelitian.....       | 47 |
| 3.2 Metode Yang Digunakan ..... | 47 |

|       |                                      |    |
|-------|--------------------------------------|----|
| 3.2.1 | Operasional Variabel.....            | 47 |
| 3.2.2 | Jenis Dan Sumber Data.....           | 48 |
| 3.2.3 | Metode Pengumpulan Data.....         | 48 |
| 3.2.4 | Teknik Pengumpulan Data.....         | 49 |
| 3.2.5 | Teknik Pengolahan Data.....          | 50 |
| 3.3   | Metode Analisis Data.....            | 51 |
| 3.3.1 | Analisis Korelasi Rank Spearman..... | 51 |
| 3.3.2 | Observasi Berangka Sama .....        | 52 |
| 3.3.3 | Analisis Koefisien Determinasi ..... | 54 |
| 3.3.4 | Pengujian Hipotesa.....              | 55 |

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 4.1   | Objek Penelitian.....                                  | 56 |
| 4.1.1 | Sejarah Perusahaan.....                                | 56 |
| 4.1.2 | Produk Perusahaan .....                                | 61 |
| 4.1.3 | Produk Utama PT. Heksatex Indah.....                   | 61 |
| 4.1.4 | Pasar Yang Dilayani Oleh PT. Heksatex Indah .....      | 61 |
| 4.1.5 | Proses Produksi .....                                  | 62 |
| 4.1.6 | Maksud Dan Tujuan Perusahaan.....                      | 64 |
| 4.2   | Hasil Penelitian Dan Pembahasan .....                  | 64 |
| 4.2.1 | Gambaran Umum Responden.....                           | 65 |
| 4.3   | Analisis Sikap Responden Terhadap Kualitas Produk..... | 72 |

|   |    |
|---|----|
| 4.4 Analisis Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan |    |
| Konsumen.....   | 76 |
| 4.4.1 Analisis Angka Kembar.....                        | 78 |
| 4.4.1.1 Analisis Angka kembar X .....                   | 79 |
| 4.4.1.2 Analisis Angka kembar Y .....                   | 80 |
| 4.4.2 Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman.....    | 81 |
| 4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi .....              | 82 |
| 4.4.4 Analisis Uji Hipotesa.....                        | 83 |
| 4.4.5 Analisis Harapan Dan kenyataan .....              | 84 |

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

|                     |    |
|---------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 85 |
| 5.2 Saran.....      | 87 |

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 2.4  | Konsep Kepuasan Pelanggan .....  | 40 |
| Tabel 3.1  | Skala Penilaian Jawaban Angket.....  | 51 |
| Tabel 3.2  | Batas-Batas Nilai Korelasi .....   | 53 |
| Tabel 4.1  | Tabel Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                        | 65 |
| Tabel 4.2  | Tabel Umum Responden Berdasarkan Usia.....                                 | 66 |
| Tabel 4.3  | Tabel Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....                  | 67 |
| Tabel 4.4  | Tabel Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....                      | 68 |
| Tabel 4.5  | Tabel Umum Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....                    | 69 |
| Tabel 4.6  | Tabel Umum Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....                 | 69 |
| Tabel 4.7  | Tabel Umum Responden Berdasarkan Lama Penggunaan<br>Produk .....           | 70 |
| Tabel 4.8  | Tabel Umum Responden Berdasarkan Jenis Produk Kain Yang<br>Digunakan ..... | 71 |
| Tabel 4.9  | Pendapat Responden Terhadap Kualitas Produk.....                           | 72 |
| Tabel 4.10 | Pendapat Responden Terhadap Kepuasan Yang Dirasakan<br>Konsumen.....       | 74 |
| Tabel 4.11 | Proses Pengolahan Data Kuesioner .....                                     | 77 |
| Tabel 4.12 | Angka Kembar Variabel X.....   | 79 |
| Tabel 4.13 | Angka Kembar Variabel Y.....   | 80 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Gambar 1.1 | Kerangka Pemikiran.....                                | 8  |
| Gambar 2.1 | Bauran Pemasaran.....                                  | 16 |
| Gambar 2.2 | Lima Tingkatan Produk.....                             | 25 |
| Gambar 2.3 | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 30 |
| Gambar 2.4 | Empat Tipe Perilaku Membeli.....                       | 32 |
| Gambar 2.5 | Proses Keputusan Membeli .....                         | 33 |
| Gambar 2.6 | Konsep Kepuasan Pelanggan.....                         | 28 |
| Gambar 4.1 | Bagan Organisasi Dan Deskripsi Pekerjaan.....          | 57 |