

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Memasuki abad dua puluh satu ini, banyak sekali perubahan yang terjadi dalam struktur perekonomian dunia. 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 ).

Namun pada tahun 2005 persaingan dibidang usaha saat ini dirasa semakin berat, karena persaingan usaha semakin tajam, 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.

Dan suatu produk yang berkualitas akan memiliki keunggulan bersaing yang bagus kalau ia mampu membangun kualitas produksinya.. Dan kualitas produk adalah derajat dimana desain spesifikasi suatu produk sesuai dengan fungsi dan penggunaannya, dan derajat kesesuaian suatu produk dengan desain spesifikasinya.

Oleh karena itu Tidak hanya dalam hal penampilan tentunya, tetapi dalam hal para konsumen dalam mengkonsumsi produkpun, mereka ingin memiliki produk-produk yang ”berkualitas”.

Oleh karena itu, tidaklah mengherankan bila melihat perilaku konsumen yang membeli produk maupun merek yang berkualitas bahannya sebagai cara untuk mengekspresikan diri kepada orang lain bahwa mereka berbeda. Bahkan ada pula yang kerap dalam membeli barang, tujuan utamanya adalah mencari sesuatu yang dapat mengkomunikasikan kualitas mereka.

Khususnya yang terdapat dikota Bandung ini banyak sekali pabrik textile besar dan terkenal yang sudah berkembang dan juga adanya penjualan dengan jumlah yang besar yang dikarenakan Pemasaran produk belakangan ini makin marak dan diminati oleh para konsumen dalam rangka memuaskan kebutuhan konsumennya khususnya dibidang produk pakaian dan celana. Karena melalui kualitas dari suatu produk, para konsumen dapat langsung merasakan kepuasan yang ada didalamnya. Dalam hal ini konsumen bisa menilai apakah mereka bisa mendapatkan kepuasan dari kualitas suatu produk atau tidak.

PT.Heksatex Indah sebagai salah satu pabrik tekstil yang terkenal di Bandung, yang terletak di jalan Nanjung Km 2, lagadar cimahi tampaknya memahami betul tuntutan dari konsumen tersebut, dalam hal ini menjaring pangsa pasar khususnya di lokasi tanah abang ( jakarta ), Sehingga bisa dikatakan PT.Heksatex Indah sekarang dapat bersaing dengan pabrik textile lainnya yang berada di kota Bandung dan kota lainnya.

Dan dengan adanya perilaku konsumen yang telah disebutkan diatas, otomatis hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para produsen yang kreatif untuk memasarkan dan memproduksi produk – produk yang berkualitas yang mampu memuaskan kalangan konsumen yang tentunya ingin tampil beda. Produsen tentunya berlomba dalam hal kualitas akan produknya.

Tetapi kritik maupun keluhan dari pihak konsumen akan suatu produk tentu diperlukan untuk meningkatkan penjualan produk yang akan dipasarkan kepada para konsumennya. Hal ini mencakup : *produk yang berbeda dari PT.Heksatex Indah yang lain , banyaknya pasokan produk yang beraneka ragam , serta mutu dari produk itu sendiri yang disediakan* sehingga konsumen dapat merasa puas. Dalam hal ini PT.Heksatex Indah yang berada di kota Bandung telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya, salah satunya yaitu dengan cara menyempurnakan hal – hal yang telah disebutkan diatas.

Berkaitan dengan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil topik penelitian mengenai : “ **Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di PT.Heksatex Indah, Bandung** ”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari hal-hal yang telah diuraikan dalam Latar Belakang Penelitian maka dapat dilihat bahwa kualitas akan suatu produk juga dibutuhkan dan diperlukan untuk menarik minat kepuasan akan konsumen. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Seberapa puaskah konsumen dengan mengkonsumsi produk ataupun produk yang berkualitas di PT.Heksatex Indah ?
2. Sejauhmana peranan daripada pemasar ataupun produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan kualitas dari suatu produk di PT.Heksatex Indah ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk yang diberikan oleh PT.Heksatex Indah terhadap kepuasan konsumennya?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi untuk mengetahui sampai sejauhmana tingkat kualitas daripada seorang konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui seberapa puas konsumen dengan mengkonsumsi produk ataupun produk yang berkualitas di PT.Hesatex
2. Mengetahui sampai sejauhmana peranan daripada pemasar ataupun produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan kualitas dari suatu produk di PT.Hesatex
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Hesatex terhadap kepuasan konsumennya ?

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang berharga kepada berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Penulis sendiri, dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai masalah manajemen pemasaran, khususnya menyangkut masalah kualitas produk dan kepuasan konsumen.
2. Bagi pihak pemasar atau produsen, diharapkan dapat lebih mampu dan tanggap dalam menghadapi permintaan dan kebutuhan yang berkualitas dari konsumen.
3. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Konsumen merupakan suatu asset utama bagi para produsen tentunya dalam hal pembelian produk. Mereka mempunyai kemampuan untuk mengkonsumsi dan mempunyai tingkat daya beli yang dapat menguntungkan bagi para produsen.

Oleh karena itu, sebagai pihak produsen maka PT.Heksatex Indah memproduksi berbagai macam produknya (dalam hal ini berupa bahan-bahan atau kain) dengan berbagai macam model yang berkualitas. Hal ini dikarenakan untuk memenuhi tuntutan konsumen untuk produk yang berkualitas.

Dan dengan dalam era globalisasi yang terjadi pada masa sekarang ini perusahaan atau pabrik – pabrik tidak hanya mengandalkan akan produk yang ada tetapi juga para pelanggan mengharapkan dan menginginkan suatu produk yang berkualitas yang makin baik dan sempurna. Dengan hal tersebut yang dijelaskan

diatas maka dapat mendorong perusahaan untuk mengadakan program peningkatan kualitas produknya.

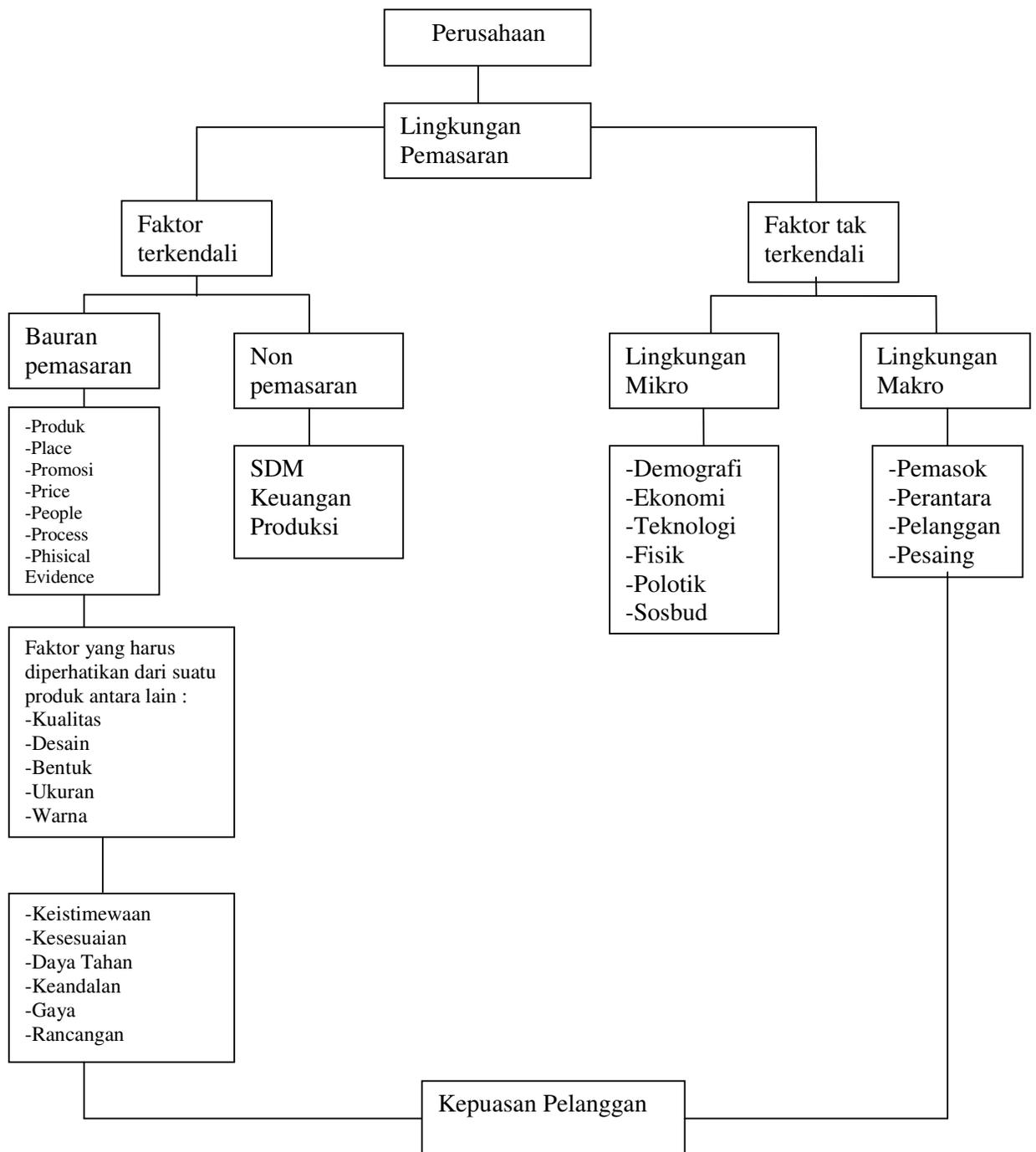
Pada dasarnya peningkatan kualitas produk merupakan salah satu strategi yang sangat penting dan erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi kualitas suatu produk semakin tinggi pula akan kepuasan pelanggannya. Apabila konsumen sudah merasa puas dengan suatu produk maka ia akan cenderung lagi untuk mencari produk tersebut oleh karena itu harga produk tersebut bila ditetapkan dari biasanya tidak akan menjadi pengaruh. Selain itu para konsumen juga dapat mempromosikan produknya yang dianggap memuaskan kepada orang lain. Keadaan tersebut akan meningkatkan penjualan. Dan dengan penjualan yang semakin meningkat itu maka perusahaan akan meningkat pula profit atau laba perusahaanya. Oleh karena itu perusahaan harus dapat membuat produknya sebagai yang terbaik di pasaran.

Penjualan suatu produk ditentukan oleh adanya permintaan. Permintaan itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor yang digolongkan menjadi 2 yaitu yang pertama faktor yang dapat dikontrol oleh perusahaan yaitu faktor pemasaran ( promotion mix ) yang meliputi produk, harga, promosi, dan saluran distribusi dan faktor non pemasaran yaitu meliputi sumber daya manusia, keuangan, dan produksi. Yang kedua adalah faktor yang tidak dapat dikontrol oleh perusahaan yaitu lingkungan makro yang terdiri dari fisik, ekonomi, hukum, sosial, demografi, teknologi. Juga lingkungan mikro yang terdiri dari pemasok, pelanggan, perantara, dan pesaing.

Dengan memperhatikan faktor – faktor tersebut maka perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang salah satunya adalah dengan mengadakan peningkatan kualitas produk dengan memperhatikan atribut kualitas produk itu sendiri yaitu keistimewaan, kesesuaian, rancangan, keandalan, gaya, daya tahan.

Gambar 1-1

## Kerangka Pemikiran



## 1.6 Metode Penelitian

Bahwa metode penelitian adalah suatu prosedur pengumpulan, pengolahan, penyajian dan analisis data yang dilakukan dengan metode ilmiah dan sistemasi yang hasilnya berguna untuk mengetahui suatu keadaan dan persoalan dari objek yang diteliti dan membuat keputusan dalam rangka pemecahan masalah serta berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan deskriptif analisis dengan survey ke lokasi penelitian yaitu PT.Heksatex Indah dengan tujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta – fakta sifat dari antara variabel yang diteliti dimana informasi yang diperoleh dikumpulkan dan ditarik kesimpulan.

### 1.6.1 Jenis Sumber Data

Data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan kepala bagian pemasaran, bagian penjualan dan para konsumen yang berupa tanggapan, pemikiran, saran atau komentar, serta pendapat nya mengenai suatu kualitas produk.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari informasi, buku – buku, dan dokumen perusahaan serta hasil wawancara dengan pihak – pihak yang terkait dalam penelitian ini.

### 1.6.2 Operasional Variabel

Operasional variabel yang digunakan terdiri atas dari :

- Kualitas produk sebagai variabel bebas (  $X$  ).
- Kepuasan konsumen sebagai variabel tidak bebas (  $Y$  ).

### 1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Data melakukan penelitian ini digunakan cara sebagai berikut :

#### 1. Studi kepustakaan

Bahwa didalam studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, mengumpulkan dan mencatat serta mempelajari buku – buku wajib terutama manajemen pemasaran, statistik, dan pemasaran lainnya yang ada kaitanya dengan penelitian ini. Hasil dari mempelajari ini berguna sebagai landasan penelitian dan analisis objek yang diteliti.

#### 2. Studi Lapangan

Bahwa penelitian ini mendatangi objek yang dituju dengan maksud untuk mengetahui dan memperoleh data keadaan yang sebenarnya dengan cara sebagai berikut :

##### a. Wawancara

Adalah suatu cara untuk mendapatkan data dan informasi mengenai keadaan dan pengembangan produk yang dilaksanakan serta bagaimana hasilnya.

b. Pengamatan

Merupakan suatu cara untuk mendapatkan data dan informasi dengan jalan mengikuti dan menelusuri hal – hal apa saja yang telah dijalankan perusahaan.

c. Daftar pertanyaan ( questionnaire )

Daftar pertanyaan merupakan suatu cara untuk memperoleh data dan informasi untuk membantu penulis pada waktu pelaksanaan penelitian.

### **1.7 Lokasi Penelitian**

Bahwa penulis melakukan penelitian pada PT.Heksatex Indah yang berkedudukan di jalan Nanjung Km 2, lagadar cimahi, Bandung.