

BAB I

PENDAHUN

1.1 Latar Belakang

Era bisnis saat ini semakin berkembang begitu pesat, hal ini ditandai dengan semakin maraknya perusahaan-perusahaan baru ataupun yang berekspansi, sehingga mengharuskan kompetensi dari setiap perusahaan untuk dapat mempertahankan bisnis yang mereka miliki. Dalam mempertahankan dan mengembangkan keberlangsungan bisnis disuatu perusahaan, dibutuhkan strategi untuk memasarkan produk yang akan dijual yang dapat menarik minat para konsumen untuk membelinya.

Pada saat ini banyak sekali bisnis yang bersaing dalam menarik minat pembeli agar membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, salah satunya adalah harga yang ditawarkan. Harga sangat mempengaruhi minat beli konsumen, karena harga akan menjadi pembanding terhadap keputusan pembelian konsumen. Perusahaan harus menentukan harga yang tepat agar mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Karena bila salah dalam menentukan harga akan banyak risiko yang terjadi, jika harga yang diberikan terlalu tinggi akan menurunkan penjualan, namun jika harga yang ditawarkan terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang didapat perusahaan.

Di Indonesia sendiri mempunyai banyak kawasan Industri seperti contoh untuk kawasan Industri di daerah Kabupaten Bekasi terdapat Kawasan Industri MM2100, EJIP Delta Silicon 1 sampai 8, BIIE (Kawasan Hyundai), GIIC, KITIC (Kawasan Industri Terpadu Indonesia China), Kawasan BATIK, Kawasan JATI.

Kanefusa merupakan perusahaan manufactur Pisau untuk mesin yang berteknologi Jepang yang berdiri di Indonesia sejak 1986, Kanefusa Indonesia merupakan salah satu bagian dari Kanefusa Corporation yang berpusat di Aichi Jepang

yang mana Kanefusa Corporation sendiri berdiri sejak 1948, yang dikelola oleh putera puteri terbaik bangsa Indonesia hingga saat ini dengan terus menjaga kualitas dan standard teknologi Jepang, Kanefusa Indonesia memenuhi kebutuhan pisau dan sawblade untuk berbagai segmen industri utama yang berada di Indonesia, seperti plywood, woodworking, metal, plastic dan lain lain.

Kanefusa Indonesia berada di kawasan Industri East Jakarta Industrial Park (EJIP) Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi yang berada antara kawasan Industri terbesar di Asia Tenggara yaitu Kawasan Industri MM2100, serta Kawasan Industri Delta Silicon 1-8 dan Kawasan GIIC. Kanefusa Indonesia sendiri selain berada di Kawasan EJIP juga mempunyai pabrik di Kawasan Delta Silicon 8 Cikarang Pusat dan di Kawasan Industri SIER di Surabaya. Kanefusa Indonesia sendiri selain menjual langsung ke perusahaan –perusahaan pelanggan juga mempunyai beberapa agen penjualan yaitu Palembang, Banjarmasin, Medan, Semarang, Jambi, Surabaya, Pekanbaru, Samarinda.

Banyaknya kebutuhan untuk pemotongan di dunia Industri maka Kanefusa senantiasa mengembangkan produknya sesuai dengan kebutuhan yang di butuhkan masing-masing jenis Industri. Untuk Produk Pisau Mesin Industri sendiri setiap pelanggan dapat memesan Pisau Mesin sesuai dengan jenis mesin yang di gunakan di perusahaannya masing-masing yang nantinya sebelum mulai pemesanan dari Kanefusa Indonesia sendiri melakukan test material dan gambar yang nantinya akan di terbitkan untuk memulai proses produksi. di Indonesia sendiri mempunyai berbagai jenis perusahaan yang membutuhkan Pisau mesin

Industri itulah yang menyebabkan Kanefusa Indonesia mempunyai pelanggan di seluruh pulau Indonesia bahkan sampai manca Negara.

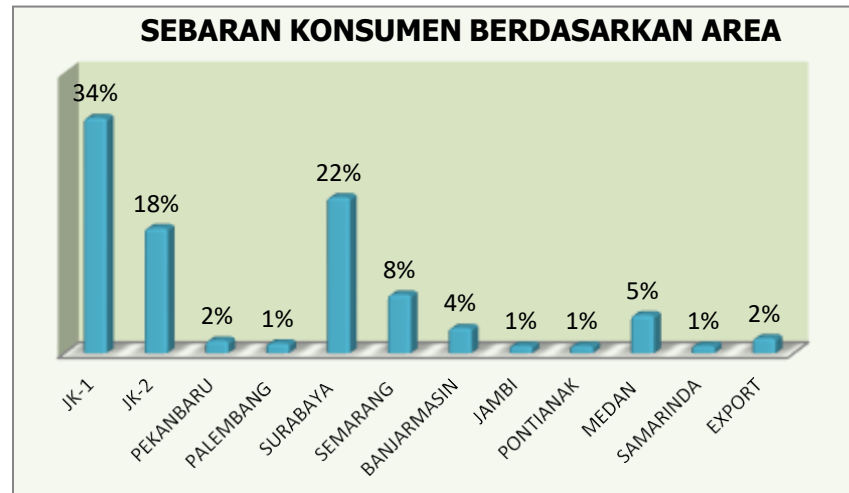
Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen di antaranya yaitu

kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi Pelanggan setelah menggunakan barang atau jasa suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan memiliki empat indikator inti mengenai objek pengukuran yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan yaitu menanyakan secara langsung kepada konsumen seberapa puas mereka menggunakan produk atau jasa yang diberikan perusahaan, konfirmasi harapan yaitu berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting, minat pembelian ulang diukur dengan cara menanyakan apakah konsumen akan berbelanja atau menggunakan produk atau jasa perusahaan lagi.

Banyak perusahaan juga perlu memberikan kualitas penjualan agar bisa mengikuti selera konsumen atau pasar dan membuat mereka merasa puas. Situasi ini memotivasi perusahaan untuk menetapkan tujuan utama kepuasan pelanggan. Melalui kompetisi ini para pengusaha atau industri dimotivasi untuk menciptakan keunggulan. Perusahaan yang dapat bersaing dan bertahan adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk yang berkualitas, sehingga perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produknya serta menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen atau pelanggan, kualitas memegang peranan penting dalam memotivasi konsumen atau calon konsumen untuk menggunakan dan membeli produk yang di produksi oleh perusahaan. Tujuannya agar semua produk yang ditawarkan mendapat tempat khusus di setiap pengguna produk.

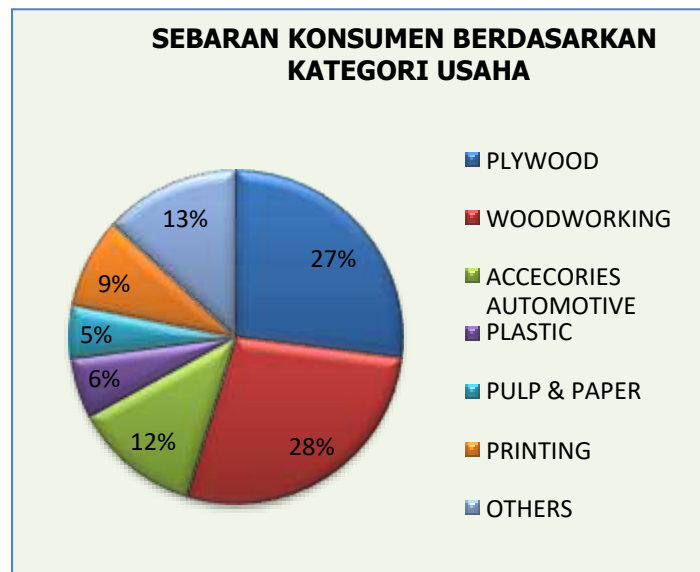
Kualitas pelayanan menjadi salah satu tolak ukur atas keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan pelanggan atau konsumen. Melalui kualitas pelayanan maka pelanggan dapat memberikan penilaian secara objektif dalam rangka untuk meningkatkan kepercayaan dan pelayanan pelanggan. Kualitas pelayanan

dianggap sebagai suatu strategi penting untuk keberhasilan dalam lingkungan penjualan yang kompetitif saat ini.



Gambar 1.1 Sebaran Konsumen Berdasarkan Area

Berdasarkan data diatas sebaran konsumen PT Kanefusa Indonesia paling banyak di area Jakarta 1 yaitu meliputi area-area kawasan Industri yang berada di Kabupaten Bekasi dan Kota Bekasi yang mana kawasan di Kabupaten Bekasi merupakan kawasan industri terbesar di Asia Tenggara. Selain harga, kualitas produk juga diperlukan untuk mengenalkan produk serta menarik konsumen untuk membeli. Kualitas produk merupakan senjata ampuh dalam mengembangkan bisnis. Para pelaku bisnis akan melakukan apa saja untuk memperkenalkan produknya agar mendapatkan pelanggan baru. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk sehingga sangat berpengaruh terhadap penjualan.



Gambar 1.2 Sebaran Konsumen Berdasarkan Kategori Usaha

Perusahaan akan terus berusaha menghasilkan produk yang berkualitas dengan terus mengontrol dengan ketat dari mulai bahan baku pembuatan, proses pembuatan, sampai dengan produk jadi dan didistribusikan. Karena kualitas produk yang tetap terjaga akan menghasilkan kepuasan pelanggan terhadap produk yang di gunakan. Kualitas produk, harga yang bersaing dan kualitas pelayanan akan berdampak pada kepuasan pelanggan yang menimbulkan kepercayaan dan membeli kembali sebuah produk dari perusahaan. Kepuasan pelnggan baik yang telah dibangun perusahaan akan menguntungkan perusahaan itu sendiri, karena konsumen telah percaya akan sebuah produk dan melakukan pembelian ulang bahkan merekomendasikan kepada orang lain.

Untuk mempengaruhi pelanggan, harga merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan pelaku bisnis dalam menawarkan produknya sehingga dapat menciptakan keputusan pembelian. Harga sangat sensitif terhadap keputusan pelanggan dalam membeli sebuah produk atau jasa. Dalam dunia bisnis, harga menjadi salah satu persaingan yang besar. Rata-rata masyarakat atau perusahaan menginginkan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang baik. Strategi harga ini sangat

berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini membuat para pelaku bisnis bersaing dalam menentukan harga.

Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan keputusan yang dilakukan konsumen untuk membeli atau tidaknya suatu produk atau jasa. Dalam keputusan pembelian, dibutuhkan sesuatu yang dapat merangsang pembeli. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan harus ditingkatkan sesuai dengan Kepuasan Pelanggan yang dapat mendorong pembelian kembali produk atau jasa yang ditawarkan. Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran berikutnya yang akan dilakukan oleh pemilik perusahaan, keberhasilan dari suatu usaha yaitu produk yang berkualitas, pelayanan yang baik serta harga yang kompetitif yang sesuai dengan kualitas produk tersebut.

Hal utama yang diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan atau konsumen agar dapat bertahan dan setia terhadap produk pisau mesin industri Kanefusa Indonesia dan dapat bersaing serta menguasai pangsa pasar baik domestik maupun ekspor. Selaku pemilik atau pimpinan sebuah perusahaan harus mengetahui hal yang dianggap penting oleh para konsumen atau pelanggan dan berusaha untuk menghasilkan kinerja (performance) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan.



Grafik 1.3. *Trend Kepuasan Pelanggan dalam 5 Tahun*

Untuk mengetahui permasalahan yang ada di PT Kanefusa Indonesia, maka dilakukan penelitian yang didasarkan adanya keterkaitan yang erat antara kualitas Produk, harga dan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Kanefusa Indonesia. Seiring dengan permasalahan di atas penulis tertarik untuk meneliti permasalahan dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kanefusa Indonesia.**

1.2 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian di PT Kanefusa Indonesia, adapun peneliti membatasi penelitian pada Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Kanefusa Indonesia.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada penjabaran perumusan masalah maka diperoleh hasil tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait yaitu perbaikan secara terus menerus dan berkisambungan (Kaizen) kepada para pelanggan, menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan di Kanefusa Indonesia serta dapat digunakan sebagai referensi dalam mempertahankan pelanggan lama dan menambah pelanggan baru guna meningkatkan target penjualan bulanan maupun tahunan.

1.5. Kebaruan Penelitian (*state of the art*).

(Citra Savitri & Aji Tuhagana, 2020) Melakukan penelitian tentang entang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XYZ. Hasil penelitian diperoleh berdasarkan analisis deskriptif

menunjukkan bahwa Kualitas produk El-Bakery pada koperasi karyawan PT Toyota, PT DNP Indonesia, PT Dunlop, PT Yamaha 2, PT HPPM, PT Asama dan Rs Delima Asih saat ini mendapat respon baik, Harga produk roti El-Bakery pada koperasi karyawan PT Toyota, PT DNP Indonesia, PT Dunlop, PT Yamaha 2, PT HPPM, PT Asama dan Rs Delima Asih mendapat respon cukup murah, Kepuasan konsumen terhadap produk roti El-Bakery saat ini sudah mampu memberikan rasa puas kepada konsumen, Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap harga dengan koefisien regresi pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,164 dengan tingkat signifikan 3,005, Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,024 dengan tingkat signifikan 2,382, Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung sebesar 4,620 dan hasil uji 2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar.

(Putra et al., 2017) melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Krupuk Ikan Super. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara dan kuesioner. Jumlah responden sebanyak 50 responden yang merupakan pelanggan Krupuk Ikan Super dengan teknik purposive sampling. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, semuanya berpengaruh positif terhadap

kepuasan pelanggan Krupuk Ikan Super. Dari uji t diperoleh hasil kualitas produk (0,002), kualitas pelayanan (0,013), dan harga (0,021), semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Krupuk Ikan Super. Dari uji F diperoleh hasil kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga (0,000), semuanya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Krupuk Ikan Super. Ketiga variabel ini berpengaruh sebesar 61,9%, terhadap kepuasan pelanggan Krupuk Ikan Super sedangkan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

