

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Bisnis perumahan, perhotelan, restoran, klinik kesehatan dan bangunan komersil lain semakin berkembang di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik jumlah bangunan di daerah Jawa Barat mengalami peningkatan salah satunya ditandai dengan jumlah kepemilikan rumah warganya yaitu sekitar 2% hingga 3% pada tahun 2019 sampai 2022 di setiap kota atau kabupatennya. Kota Bogor juga mengalami peningkatan sekitar 5% dari tahun 2019 hingga 2022. Hal ini selaras dengan banyaknya jumlah penduduk Jawa Barat yang saat ini sebanyak 49 juta di tahun 2023 dan Bogor menduduki urutan pertama.

Bertambahnya bangunan-bangunan tersebut mengakibatkan kebutuhan *furniture* dan *material interior* semakin meningkat. *Furniture* merupakan industri manufaktur yang mengolah bahan baku utama menjadi produk jadi berupa rotan, kayu dan bambu. Produk yang dihasilkan meliputi lemari, kursi, meja dan bentuk aksesoris pelengkap ruangan lainnya. *Material interior* adalah bahan-bahan yang digunakan untuk membangun, mendekorasi atau melengkapi ruang dalam suatu bangunan. *Material interior* dapat berupa alami atau sintesis. *Furniture* dan *material interior* memiliki berbagai fungsi seperti estetika, kenyamanan, keamanan, kesehatan atau keberlanjutan.

Di era perkembangan zaman dan pesatnya kemajuan teknologi saat ini, persaingan usaha menjadi sangat kompetitif karena usaha besar maupun menengah harus berinovasi, kreatif, menarik dan mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, pelaku bisnis perlu strategi untuk membangun kepuasan konsumen seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis dalam kategori produk tertentu agar tujuan perusahaan tercapai. Kepuasan pelanggan menjadi sebuah parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan.

Menurut Oliver dalam Tjiptono dan Diana (2019:123) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang dan kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Apabila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Saat ini konsumen atau pelanggan memiliki kekuatan yang besar dalam menentukan produk atau barang apa yang mereka inginkan dan juga bagaimana penilaian mereka terhadap merek yang dikonsumsi. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:230) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi, hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Selain ditinjau dari kualitas suatu produk, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Definisi harga menurut Kotler dalam Abubakar (2018:44) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Apabila perusahaan menetapkan harga yang rendah dengan manfaat produk yang baik maka pelanggan akan merasa puas.

Kualitas pelayanan juga berperan menjadi salah satu kunci keberhasilan. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan dan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan strategi penetapan harga yang mampu bersaing (kompetitif) tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen.

Perusahaan yang mengalami persaingan bisnis tersebut salah satunya adalah PT. Bhanumitra Indo Asia (BIA). Perusahaan yang bergerak bidang *furniture* dan *interior material* ini berdiri sejak tahun 2019 di Bogor. Perusahaan ini menjual produk material *furniture* dan *interior* seperti *vinyl, plywood, Stone Polymer Composite (SPC) flooring, High Pressure Laminates (HPL)*, meja, dan lainnya seperti gambar berikut.



**Gambar 1.1. Lem Taco**

Sumber : Produk PT. Bhanumitra Indo Asia (2024)



**Gambar 1.2. Lock dan engsel Taco**

Sumber : Produk PT. Bhanumitra Indo Asia (2024)



**Gambar 1.3. Vinyl flooring Taco**

Sumber : Produk PT. Bhanumitra Indo Asia (2024)



**Gambar 1.4. High Pressure Laminate Taco**

Sumber : Produk PT. Bhanumitra Indo Asia (2024)



**Gambar 1.5. Produk Wood Plastic Composite (WPC) Deco Panel**

Sumber : Produk PT. Bhanumitra Indo Asia (2024)

Perusahaan ini mengalami penurunan pendapatan di pertengahan dan akhir bulan pada tahun 2023 seperti tabel berikut.

**Tabel 1.1. Data Pendapatan PT. Bhanumitra Indo Asia Tahun 2023**

<b>Bulan</b>	<b>Pendapatan (Rupiah)</b>	<b>Pendapatan (Presentase)</b>
Januari	Rp. 879.233.502	89,23 %
Februari	Rp. 736.312.318	77,41 %
Maret	Rp. 812.632.275	88,12 %
April	Rp. 1.001.663.590	92,76 %
Mei	Rp. 1.601.043.295	88,23 %
Juni	Rp. 1.426.212.500	77,56 %
Juli	Rp. 1.268.649.533	71,65 %
Agustus	Rp. 2.232.227.995	91,20 %
September	Rp. 1.895.251.124	67,98 %
Oktober	Rp. 2.175.325.234	87,43 %
November	Rp. 2.680.128.164	73,40 %
Desember	Rp. 1.921.122.175	62,27 %

Sumber: Data PT. Bhanumitra Indo Asia (2023)

Tabel diatas menunjukkan adanya fluktuasi pendapatan PT. Bhanumitra Indo Asia di tiap bulannya pada tahun 2023. Namun, secara keseluruhan pendapatan PT. Bhanumitra Indo Asia tahun 2023 cenderung terjadi penurunan. Untuk memenangkan persaingan tersebut PT. Bhanumitra Indo Asia melakukan berbagai strategi diantaranya tidak hanya berusaha memberikan produk berkualitas, namun meningkatkan kualitas pelayanan lebih komperhensif dan paripurna serta memberikan harga yang mampu bersaing dengan kompetitor, sehingga pelanggan yang membeli produk akan merasa puas. Guna memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Bhanumitra Indo Asia dan sebagai upaya untuk melakukan perbaikan di masa yang akan datang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Bhanumitra Indo Asia**

## 1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa Masalah yang dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut:

1. Penetapan harga oleh perusahaan cenderung lebih mahal dibanding perusahaan kompetitor yang membuat pelanggan merasa kurang ingin melakukan pembelian di PT. Bhanumitra Indo Asia.
2. Kualitas produk yang tidak konsisten di PT. Bhanumitra Indo Asia membuat pelanggan terkadang mengeluh dan *reture* barang yang sudah dibeli.
3. Kualitas pelayanan *offline* yang kurang prima oleh karyawan PT. Bhanumitra Indo Asia sehingga pelanggan terkadang merasa kurang yakin untuk berbelanja.
4. PT. Bhanumitra Indo Asia masih memerlukan rekomendasi dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan serta menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhandan kepuasan pelanggan.
5. Lingkungan internal seperti suhu ruangan, luas ruangan, penataan produk yang masih kurang rapi membuat minat pelanggan untuk berkunjung semakin kurang.
6. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh manajemen PT. Bhanumitra Indo Asia sehingga pelanggan kurang antusias dan kurang tertarik membeli kembali produk.
7. Pelayanan via *online* kurang sumber daya manusia dan kurang optimal sehingga pelanggan merasa tidak dipermudah untuk membeli produk di PT. Bhanumitra Indo Asia.
8. Media pengenalan produk berupa brosur dan *display* produk kurang kreatif sehingga pelanggan perlu mempertimbangkan lebih dalam saat mau membeli.
9. Kurangnya sumber daya manusia karyawan bagian pengiriman membuat produk terlambat dikirim sehingga pelanggan terkadang mengeluh.

## 1.3. Pematasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan yang akan dilakukan maka diperlukan pembatas masalah agar penelitian berfokus pada topik yang akan dibahas. Selain itu, diharapkan pemecahan masalah akan lebih terarah. Maka, penulis membatasi penelitian ini hanya pada Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan

Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Bhanumitra Indo Asia pada produk merek Taco.

#### **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Bhanumitra Indo Asia ?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bhanumitra Indo Asia ?
3. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bhanumitra Indo Asia ?
4. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bhanumitra Indo Asia ?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bhanumitra Indo Asia.
2. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bhanumitra Indo Asia.
3. Untuk mengetahui secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bhanumitra Indo Asia.
4. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bhanumitra Indo Asia.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis dan pembaca dapat menambah informasi dan wawasan tentang harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. Bagi perusahaan hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk mengetahui

sejauh mana pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat di manfaatkan untuk strategi kemajuan perusahaan.

3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian mengenai harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi buku, jurnal dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.