

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha suatu perusahaan harus memberikan kepuasan bagi konsumennya. Perusahaan dapat menjadi pemenang bisnis apabila mampu mengambil banyak pelanggan. Perusahaan harus mengetahui hal-hal apa yang harus dianggap penting oleh konsumen dan perusahaan berusaha untuk meningkatkan kinerja sebaik mungkin, sehingga dapat memuaskan konsumen.

Fandy Tjiptono (2007:146) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai berikut :

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan terjadi ketika konsumen melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja atau hasil yang diterimanya.

Perusahaan harus mampu merebut hati pasar sasaran untuk mencapai volume penjualan tertentu agar tetap bertahan atau mengembangkan usahanya dalam industri yang sudah dipilihnya. Kondisi seperti ini kepuasan konsumen mempunyai peranan yang cukup penting bagi perusahaan. Karena secanggih atau sebagus apapun produk yang dihasilkan oleh perusahaan, jika konsumen tidak menyukainya, baik karena terlalu mahal atau memiliki kualitas yang kurang baik bagi konsumen, maka produk tersebut tidak ada artinya.

Meningkatnya kepuasan konsumen, akan meningkat pula kecendrungan konsumen untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kondisi ini akan berdampak pada performa bisnis perusahaan. Peningkatan jumlah konsumen menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas.

Pentingnya meningkatkan kepuasan konsumen juga berlaku pada perusahaan Snapy yang bergerak di bidang jasa *digital printing*. Memberikan kepuasan kepada konsumen adalah faktor terpenting, dimana konsumen semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa *digital printing* mana yang akan digunakan. Snapy merupakan perusahaan di bidang jasa *digital printing* yang memiliki konsep dasar yaitu, menyediakan layanan *digital print* dan desain terbaik. Snapy juga memberikan fasilitas-fasilitas yang memudahkan para pelanggan dan untuk dapat melayani lebih baik. Dengan menyediakan media *web to print* yang dapat diakses dimana saja. Konsep ini berbeda dengan perusahaan di bidang jasa *digital printing* lainnya yang hanya mengkhususkan *printing* kepada konsumen yang datang ke gerai mereka. Snapy lebih menekankan kepada kemudahan mencetak untuk konsumen dimanapun konsumen berada secara *online* dan kapanpun selama dua puluh empat jam. Snapy juga tidak lepas dari persaingan dengan penyedia sesama jasa digital printing yang berada disekitarnya, antara lain dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Perusahaan Jasa *Digital Printing*

Perusahaan Jasa <i>Digital Printing</i>	Jumlah Outlet
Snapy	37
Subur	11
Fuji Film	8
Adorama	6

Sumber : Wawancara, Desember 2015

Irawan Handi (2004:37) menyatakan banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang merupakan pendorong agar konsumen merasa puas, antara lain :

1. Kualitas produk, pelanggan setelah melakukan pembelian dan menggunakan produk yang berkualitas secara otomatis akan puas.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. Kualitas pelayanan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya susah ditiru. Kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.
4. Emosi, pelanggan akan merasa puas atau bangga karena adanya emosional *value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan merasa puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang tidak kalah pentingnya, secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009:89).

Hal-hal yang dapat membentuk kepuasan konsumen diantaranya kualitas produk itu sendiri, kualitas pelayanan yang disediakan oleh perusahaan dan juga harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebagai nilai yang akan dipertukarkan dengan konsumen. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen Snapy cabang Kemang, Jakarta Selatan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan Snapy cabang Kemang, Jakarta Selatan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan Snapy cabang Kemang, Jakarta Selatan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen Snapy cabang Kemang, Jakarta Selatan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan Snapy cabang Kemang, Jakarta

Selatan dapat meningkatkan kepuasan konsumennya dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2004:283) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk merupakan faktor dasar yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis produk dan jasa yang berkembang pesat dewasa ini. Kualitas produk telah menjadi bagian kekuatan yang penting yang membuahkan keberhasilan.

Menurut Bilson Simamora (2003:195) harga adalah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengkonsumsian, penggunaan, atau kepemilikan barang atau jasa. Harga yang tinggi bisa saja masih terjangkau oleh konsumen dan ini jelas akan memberikan keuntungan untuk perusahaan. Tetapi dalam persaingan, ini bisa menjadi kelemahan perusahaan kalau pesaing mampu membuat harga yang lebih rendah, terutama jika pasar peka terhadap harga.

Melihat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, berdasarkan survey pendahuluan melalui wawancara yang penulis lakukan kepada konsumen Snapy khususnya cabang Kemang permasalahan yang muncul adalah dengan kualitas produk, pelayanan dan harga yang diberikan oleh Snapy Kemang saat ini berdampak kepada tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, mengingat pentingnya masalah mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen, maka penulis tertarik mengambil judul :

“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Snapy Cabang Kemang Jakarta Selatan)”

1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas terlihat ada berbagai masalah yang dihadapi oleh Snapy cabang Kemang Jakarta Selatan antara lain:

1. Perkembangan perusahaan percetakan dan studio foto saat ini menyebabkan makin kompetitifnya persaingan.
2. Adanya persaingan antara perusahaan percetakan dan studio foto dari sisi kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga sehingga membuat perusahaan melakukan strategi untuk mengantisipasi agar para konsumen puas dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang diterapkan perusahaan.
3. Dengan munculnya pesaing yang memberikan nilai tambah dari sisi kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, menuntut Snapy agar dapat memberikan nilai tambah kepada konsumen khususnya pada kualitas produk, kualitas pelayanan serta harga.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penulis hanya membatasi penelitian ini pada masalah yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus konsumen Snapy cabang Kemang, Jakarta Selatan). Khususnya untuk mencetak di Snapy cabang Kemang oleh Konsumen Individu.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen Snapy ?
2. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen Snapy ?
3. Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen Snapy ?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dapat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Snapy ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan kosumen ?

2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ?
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen ?
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen ?

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan percetakan dan studio foto khususnya Snapy.

2. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan bahan bacaan bagi pihak yang membutuhkan dan diharapkan dapat mengembangkannya.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai pertimbangan dalam membuat kebijakan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan bahan perbandingan bagi para peneliti lain yang berkaitan dengan masalah ini.