

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya era globalisasi, dunia usaha terus mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini ditandai dengan meningkatnya persaingan dalam dunia usaha dalam menjual produk dan jasa kepada konsumen. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pengusaha untuk dapat memaksimalkan kinerja usahanya agar dapat bertahan di pasar global. Perusahaan harus berusaha untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Memahami kebutuhan, keinginan, dan aspirasi pelanggan memberikan informasi penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan perusahaan harus didasarkan pada kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler(1994), loyalitas pelanggan sangat penting bagi bisnis sehingga bisnis yang sudah memiliki pelanggan berupaya memastikan mereka dapat mempertahankan pelanggan yang mereka peroleh demi kelangsungan hidup perusahaan .Kepuasan atau tidak puas pembeli merupakan bagian dari pengalaman pembeli terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Konsumen akan merasa puas jika produk yang mereka gunakan mempunyai kualitas yang baik dari hasil penilaian mereka, dan banyak konsumen yang akan membeli produk yang mereka gunakan karena sudah terkenal. Konsumen yang puas adalah konsumen

yang bersedia untuk datang kembali melakukan pembelian / penggunaan dan menjadi referensi bagi konsumen potensial lainnya melalui komunikasi mulut ke mulut yang positif.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat menstimuli pembelian dengan cara meningkatkan atau menawarkan barang sesuai apa yang diharapkan. Intinya, semakin banyak pilihan produk yang tersedia di pasar, semakin besar peluang konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Akibat kondisi ini, konsumen menjadi lebih berhati-hati dan cerdas dalam setiap produk yang diperkenalkan ke pasar. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk yang berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan (Kotler dan Keller, 2017:173). Anda dapat meningkatkan kualitas produk dengan menambahkan fitur produk yang memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam hal kepuasan pelanggan setelah membeli suatu produk, konsumen mengevaluasi pengalaman pembelian mereka dan memutuskan apakah akan membeli lagi. Sangat penting bagi perusahaan untuk fokus pada kepuasan pelanggan karena pelanggan cenderung berubah pikiran jika menerima sesuatu yang lebih baik.

Pelanggan yang tidak puas akan selalu mengganti produk Anda dengan produk pesaing. Artinya ketika kepuasan pelanggan meningkat maka pelanggan tetap setia terhadap jasa dan produk yang digunakannya. (Ali

Wijayanthi, 2008). Salah satu produk yang paling mutakhir adalah produk fashion. Berbagai toko, distro, pasar, dan supermarket menjual berbagai jenis produk fashion, mulai dari pakaian, sepatu, tas, hingga aksesoris seperti topi, gelang, dan kalung.

Melihat kondisi tersebut dalam menyikapi hal ini pengusaha dituntut untuk dapat membuat sebuah strategi pemasaran yang efektif khususnya dalam mengatasi penurunan transaksi. Pengusaha harus mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, disini peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di salah satu pasar yang beroperasi di Bandar Lampung yaitu pasar mangga dua, Pasar ini merupakan pusat perbelanjaan yang dikenal sebagai pusat grosir di kawasan Teluk Betung, yang produk utamanya berupa pakaian, elektronik, dan sparepart mobil. Pasar Mangga Dua Teluk Betung dan kawasan perbelanjaan di sekitarnya ditetapkan sebagai jenis kawasan komersial dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD).

Kota Bandar Lampung Tahun 2005 s/d 2025 dan merupakan salah satu pasar di yang banyak menjual produk fashion mulai dari kalangan anak-anak sampai dewasa. Melihat fenomena tersebut untuk mengkaji lebih jauh maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “

Pengaruh Kualitas Produk Fashion Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Mangga Dua Bandar Lampung” (Studi kasus pada pembeli produk fashion di toko Rahmat Jaya pasar mangga dua Bandar Lampung)

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan yang timbul dari penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kualitas produk fashion pada toko rahmat jaya di pasar mangga dua Bandar Lampung menurut pendapat konsumen.
2. Banyaknya pesaing penjual produk fashion pada toko rahmat jaya yang berada di pasar mangga dua Bandar Lampung.
3. Apabila kepuasan konsumen tidak dioptimalkan maka akan mempengaruhi volume penjualan produk fashion.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak meluas dan lebih terarah, maka sesuai judul skripsi diatas penulis membatasi masalah penelitian yaitu pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan studi kasus pada pembeli produk fashion di toko Rahmat Jaya pasar mangga dua Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan kondisi yang ada pada latar belakang masalah, terkait kualitas produk dengan kepuasan konsumen, maka rumusan masalah pada penelitian ini yakni :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko rahmat jaya di pasar mangga dua Bandar Lampung?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko rahmat jaya di pasar mangga dua Bandar Lampung?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dimensi kualitas produk (*durability, performance, conformace to specification, aesthetics*) secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Dalam Hal ini peneliti dapat memperluas wawasan dan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dan ekonomi, khususnya mengatasi masalah kualitas produk dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen, serta memberikan gambaran relevansi fakta dan teori.

b. Bagi Akademisi

Sebagai bahan untuk memperluas pengetahuan dan penelitian lebih lanjut oleh peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di pasar Mangga Bandar Lampung.

