

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Melihat kondisi dunia bisnis pada saat ini, kepuasan yang dirasakan konsumen merupakan hal yang begitu krusial dan menjadi prioritas dalam menjaga kelangsungan bisnis. Para pelaku bisnis harus memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka tawarkan mempunyai kualitas yang kompetitif agar kebutuhan dan keinginan dari konsumen dapat terpenuhi. Secara spesifik, harga, produk, dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang berdampak positif terhadap kepuasan dari setiap konsumen.

Harga produk mengacu pada seberapa sesuai harga produk dengan kualitas yang ditawarkan. Konsumen cenderung mencari produk dengan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau. Jika perusahaan memberikan harga produk di atas harga pasar, konsumen berpotensi untuk mencari alternatif lain yang lebih murah. Namun, jika harga produk di bawah harga pasar, konsumen dapat mempertanyakan kualitas dari produk yang disediakan.

Kualitas pelayanan mengacu pada seberapa baik perusahaan memberikan layanan kepada konsumen. Kualitas pelayanan mencakup kecepatan, keramahan, keahlian, dan kemudahan dalam melayani kebutuhan produk atau jasa dari konsumen. Konsumen cenderung memilih perusahaan yang memberikan layanan yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan baik.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, pelaku bisnis atau pemilik usaha perlu memahami betul pengaruh harga, produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan pemahaman tersebut, pelaku usaha dapat menaikkan kualitas produk dan layanan yang disediakan, serta mengetahui harga yang tepat sesuai kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Untuk menganalisis dampak harga, produk, dan mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dapat dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung kepada konsumen terkait kepuasan mereka terhadap harga, produk, serta kualitas layanan yang disediakan. Hasil dari survei tersebut dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam melakukan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan oleh pelaku usaha. Jika dari penelitian menunjukkan harga produk yang terlalu tinggi, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk menurunkan harga atau memberikan diskon. Jika kualitas pelayanan tidak memuaskan, perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan kepada karyawan atau menambah tenaga kerja.

Selain itu, perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian untuk meningkatkan keunggulan bersaing mereka dengan mengembangkan jenis layanan atau produk yang lebih berkualitas serta dapat sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh karena itu, diskusi tentang dampak harga, produk, dan mutu layanan terhadap kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat krusial bagi para pebisnis.

Menurut Assauri (2015: 211), "kualitas produk didefinisikan sebagai ungkapan tingkat kapabilitas dari suatu merek atau produk tertentu dalam memenuhi fungsi yang diharapkan, serta digunakan untuk mencukupi kebutuhan dasar manusia." Dalam memenuhi keinginan konsumen, pelaku usaha perlu memiliki strategi dalam kategorisasi produk, contohnya mengelompokkan makanan ke dalam kualitas rasa, porsi, atau variasi jenis menu yang disediakan. Faktor-faktor tersebut menjadi penting karena cita rasa yang original, porsi yang sesuai dengan konsumen, serta variasi jenis makanan dapat menarik konsumen serta menjaga kepuasan terhadap produk yang disajikan.

Faktor kualitas pelayanan menjadi penentu perkembangan dalam dunia bisnis. Pelayanan yang maksimal dan sesuai dengan harapan dari konsumen dapat meningkatkan kepuasan konsumen itu sendiri. Menurut Fandy Tjiptono (2012:39), "kualitas layanan adalah sejauh mana tingkat keunggulan yang diinginkan serta pengendaliannya untuk dapat memenuhi harapan konsumen." Pelayanan yang memuaskan sudah semestinya diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen dan

pelaku usaha perlu mampu mengetahui kebutuhan-kebutuhan dari konsumen. Selanjutnya pelaku usaha perlu membuat strategi dalam memaksimalkan pelayanan kepada konsumen.

Kotler dan Armstrong (2013:151) mengemukakan bahwa "harga merujuk pada nilai uang yang dibebankan untuk barang atau layanan, atau nilai uang yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau memanfaatkan produk atau layanan tersebut." Pemberian harga terhadap suatu layanan atau produk dapat dilihat dari standar kualitas dari barang itu sendiri. Mengenai hal tersebut, pelaku usaha perlu menentukan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen, namun tidak melupakan kualitas barang yang diberikan. Setiap konsumen tentunya memiliki harapan terkait harga, produk, dan kualitas pelayanan, tingkat harapan tersebut yang berperan dalam meningkatkan kepuasan dan mempertahankan loyalitas konsumen. Salah satu cara untuk menilai kepuasan serta loyalitas konsumen terhadap suatu barang dapat dilihat apakah konsumen melakukan pembelian ulang untuk barang tersebut. Pelaku usaha perlu peka dalam melihat kepuasan dan loyalitas konsumen agar keinginan, kebutuhan, dan tujuan semua pihak dapat tercapai.

Dengan melakukan analisis ini, perusahaan dapat menaikkan kualitas dari produk dan layanan mereka, serta menentukan Tingkat harga yang sesuai dengan konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Dalam jangka yang lebih panjang, hal ini meningkatkan loyalitas konsumen dan membantu perusahaan mempertahankan pangsa pasarnya. Dari hal tersebut peneliti ingin mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari harga, produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kinanta auto artworks, sehingga berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis pengaruh kualitas harga produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kinanta auto artworks**".

B. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di bengkel

Kinanta Auto Artworks?

2. Apakah produk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen di bengkel Kinanta Auto Artworks?
3. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di bengkel Kinanta Auto Artworks?
4. Apakah harga, produk, dan kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen di bengkel Kinanta Auto Artworks?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal berikut:

1. Untuk memahami apakah harga mempengaruhi kepuasan pelanggan di bengkel Kinanta Auto Artworks.
2. Untuk memahami apakah produk mempengaruhi kepuasan pelanggan di bengkel Kinanta Auto Artworks.
3. Untuk memahami apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di bengkel Kinanta Auto Artworks.
4. Untuk memahami apakah harga, produk, dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di bengkel Kinanta Auto Artworks.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat memperoleh pemahaman praktis yang lebih mendalam tentang dampak harga, produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kinanta Auto Artworks melalui observasi langsung terhadap penerapan pekerjaan.

2. Bagi Dunia Pendidikan

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi sebuah referensi dan sarana bagi setiap pihak yang terkait di dalam dunia pendidikan dan bisa diterapkan sebagai salah satu sistem pendidikan yang mempunyai wujud

yang aplikatif.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi sebagai panduan pengembangan usaha terutama dalam melihat aspek harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kinanta auto artworks dalam mencapai target yang lebih baik.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi peneliti lain atau perusahaan untuk memahami dampak harga, produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

E. Sistematika penulisan

Untuk memberikan panduan umum tentang penulisan ini, di susunlah sistematika pembahasan yang dirancang untuk memperjelas materi yang akan dibahas dan dibagi ke dalam setiap bab. Pembagian tersebut adalah sebagai berikut:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan, akan dibahas latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori penulis mengemukakan tentang hal-hal yang terkait dengan teori pada judul yang disampaikan oleh penulis. Penyampaian pada landasan teori ini adalah pendapat dari para ahli ilmu serta tinjauan pustaka yang mendukung kajian atau analisis yang penulis sampaikan.

3. BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian, dijelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, metode yang diterapkan, serta subyek penelitian yang menetapkan populasi. Selain itu, dibahas pula sampel penelitian, termasuk

ukuran sampel dan teknik sampling untuk pengumpulan data. Instrumen penelitian meliputi alat dan bahan yang digunakan serta metode pelaksanaannya.

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan, diuraikan gambaran umum perusahaan, analisis data, serta diskusi mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai bukti terhadap hipotesis yang telah diuji.

5. BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kesimpulan dan saran menyajikan rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan penulis di masa mendatang.