

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Imagode Clay & fiber merupakan salah satu unit bisnis yang bergerak dalam bidang seni kerajinan tangan di Surabaya. Berdiri sejak tahun 2007, yang berawal dari sebuah hobi dan kemudian menjadi kegiatan bisnis. Produk pertama yang dihasilkan oleh Imagode Clay & Fiber adalah hiasan kue lebaran dan kemudian disambut baik oleh masyarakat, sehingga saat ini Imagode Clay & Fiber menjual berbagai perlengkapan pernik pernikahan, seperti : hiasan parcel Natal, Lebaran, Tahun baru China, hiasan kue ulang tahun, *souvenir* pernikahan, *souvenir* ulang tahun, *souvenir* hari jadi, hadiah ulang tahun dan berbagai jenis produk lainnya (pemilik Imagode Cay & Fiber, 2012).

Usaha yang dimulai dengan modal kecil – kecilan ini membuahkan hasil yang cukup fantastis. Saat ini produknya tidak hanya dapat kita jumpai di kota Surabaya, melainkan di beberapa kota yaitu Jakarta, Bandung, Bali, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Palu, Samarinda, Jambi, Lampung, dan beberapa kota lainnya (pemilik Imagode Cay & Fiber, 2012).

Sebagai unit bisnis yang baru, sangat penting bagi Imagode Clay & Fiber untuk memperhatikan kepuasan konsumennya. Saat ini kepentingan konsumen telah menjadi bahan penelitian yang digemari bagi para peneliti dan para pelajar, Zairi (2000) mengemukakan bahwa konsumen adalah tujuan dari apa yang dilakukan oleh perusahaan, perusahaan lebih bergantung kepada konsumen dibandingkan konsumen yang bergantung kepada perusahaan, konsumen bukanlah sumber dari masalah dan perusahaan tidak dapat berharap konsumen “pergi” karena jika demikian perusahaan sedang dalam kondisi yang berbahaya. Hal ini yang merupakan alasan mengapa hari ini banyak organisasi yang berfokus pada kepuasan konsumen. (Harkiranpal Singh, 2006)

Kotler dan Armstrong dalam Atmojo (2011) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang konsumen. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan konsumen, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira. Oliver dalam Atmojo (2011) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi terhadap surprise yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan/atau pengalaman konsumsi.

Performance kualitas layanan dari suatu perusahaan dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para konsumen menjadi tidak tertarik pada penyedia produk atau jasa yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya (*perceived > expected*), ada kemungkinan para konsumen akan menggunakan penyedia produk atau jasa itu lagi (Rangkuti dalam Atmojo, 2011). Dalam hal ini Imagode Clay & Fiber harus berupaya untuk menyediakan bentuk layanan yang melebihi ekspektasi konsumen. Beberapa contoh bentuk dari layanan tersebut adalah menyediakan layanan yang cepat, memahami keinginan konsumen dan hasil produk sesuai dengan pesanan.

Performance produk dapat ditentukan berdasarkan atribut intrinsik dan atribut ekstrinsik yang melekat pada suatu produk. Pada umumnya, konsumen menentukan kualitas suatu produk berdasarkan pada berbagai macam isyarat informasi yang dihubungkan dengan produk tersebut. Isyarat tersebut berupa isyarat intrinsik dan ekstrinsik. Isyarat intrinsik dianggap lebih rasional dan objektif karena atribut itu merupakan stimulus yang dapat diterima oleh panca indera, dalam hal ini seperti desain produk dan kualitas bahan produk Imagode Clay & Fiber. Sementara isyarat ekstrinsik bersifat di luar produk seperti harga, citra tempat, atau citra produsen Imagode Clay & Fiber (Sulthoni, 2010). Pada penelitian ini, hanya akan berfokus pada atribut intrinsik karena atribut tersebut merupakan atribut yang ditangkap secara langsung oleh panca indera konsumen.

Kotler dan Armstrong dalam Atmojo (2011) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang konsumen. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan konsumen, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira. Oliver dalam Atmojo (2011) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi terhadap surprise yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan/atau pengalaman konsumsi. Hal ini berarti sesuai dengan uraian mengenai *performance* dari kualitas produk dan kualitas layanan, Imagode Clay & Fiber harus menyediakan produk dan layanan yang melebihi ekspektasi konsumen, baik dari segi kualitas produk, misalnya desain produk dan kualitas bahan produk maupun dari segi kualitas layanan, misalnya ketepatan, layanan yang cepat dan memahami keinginan konsumen.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mulyono (2008) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)” yang meneliti mengenai Apakah kualitas layanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan? Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel keunggulan produk adalah variabel yang paling berpengaruh dalam menjelaskan variabel kepuasan konsumen, dibandingkan dengan variabel keunggulan layanan.

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan (Kotler, 1997). Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini akan dibatasi pada variabel kualitas produk dan kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Imagode Clay. Penelitian ini akan dilaksanakan di Surabaya dengan mengambil sampel pelanggan Imagode Clay yang berasal dari Surabaya, dan akan dilaksanakan pada bulan Juni hingga September pada tahun 2012.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditemukan, Imagode Clay sebagai unit bisnis sebaiknya menjaga *sustainability* dengan mencoba mengkaji beberapa hal yang telah dijelaskan sebelumnya. Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka pertanyaan yang diajukan dalam penulisan ini adalah:

1. Apakah kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Imagode Clay?
2. Apakah kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Imagode Clay?
3. Apakah kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Imagode Clay?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Imagode Clay
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Imagode Clay
3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kualitas secara simultan produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Imagode Clay

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penulisan ini diharapkan dapat berguna bagi ilmu pengetahuan di bidang studi manajemen yaitu semakin memperkaya wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas desain produk dan kualitas pelayanan yang berdampak kepada kepuasan pelanggan khususnya pada bidang kerajinan tangan clay di Surabaya.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi pengusaha kerajinan clay pada umumnya, penulisan ini bermanfaat untuk mengetahui hubungan kausalitas dalam variabel kualitas desain produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam produk kerajinan tangan clay.
- b. Bagi Imagode Clay, penulisan ini diharapkan dapat menunjang Imagode Clay dalam melakukan upaya peningkatan kepuasan pelanggan, kepercayaan dan nilai yang diterima terhadap kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penulisan ini, dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, manfaat teoritis, manfaat praktis, sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini memuat landasan teori, pengembangan hipotesism model penelitian dan bagan alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data, statistik deskriptif yang terdiri dari hasil pengujian kualitas data dan hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN

Berisi tentang simpulan, implikasi, dan rekomendasi.