

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi saat ini perekonomian tidak dibatasi oleh jangkauan regional, tiap perusahaan bersaing untuk menjadi perusahaan multinasional. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan keinginannya.

Konsekuensi untuk memenangkan persaingan dengan berbagai upaya sehingga konsumen menjadi lebih mampu membandingkan produk secara teliti dan cermat menghadapi setiap produk yang diluncurkan. Perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Konsumen sebagai individu dalam menetapkan atau membeli barang yang telah melalui proses-proses terlebih dahulu seperti mendapat informasi baik melalui iklan atau referensi dari orang lain kemudian membandingkan produk satu dengan produk lain sampai akhirnya pada keputusan membeli produk itu.

Di Indonesia banyak terdapat distributor produk mainan. Untuk menjaga kelangsungan-nya proses bisnis dan profesionalisme usaha, diantaranya

perusahaan memberikan kebijakan khusus untuk barang retur. Strategi memberikan penguatan daya beli (*buying power*) terhadap konsumen diantara: peningkatan kualitas produk, kebijakan jaminan retur dan menjaga agar ketersediaan produk selalu ada bagi para konsumen.

CV. Agung Mandiri Semarang adalah sebuah perusahaan distributor mainan yang besar di kota Semarang. Berbagai produk dan jenis mainan yaitu mobil accu, motor accu, pianika, boneka, diescast, dan lainnya. Produk CV. Agung Mandiri memiliki keunggulan yaitu tidak semua toko atau distributor lain yang menjual mainan yang sesuai dengan keinginan konsumen, apalagi yang memiliki produk mainan yang terbaru sehingga perusahaan CV. Agung selalu upgrade untuk ketersediaan produk yang ada digudang. Hingga saat ini CV. Agung Mandiri dapat bertahan dan bersaing dengan distributor lainnya karena sampai saat ini eksistensi produk dan jenis mainan dijaga baik dengan selalu meningkatkan kualitas produk dan ketersediaan produk untuk kepuasan para konsumen.

Kotler dan Amstrong (2012) “kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten.” 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.

Pada sisi lain, Tjiptono (2006) menyatakan bahwa: “Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia,

proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.” Apabila sebuah produk atau jasa dapat memberikan kualitas yang sesuai bahkan lebih baik dari harapan konsumen maka produk atau jasa tersebut dapat dikatakan berkualitas baik. Dan terdapat beberapa pertimbangan yang menjadi tolak ukur tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sihabudin, 2015, hal : 31-33 Bahwa: kualitas produk berpengaruh positif signifikan dengan nilai probabilitas (p.value) 0,00 (0%) dan kualitas produk memberikan sumbangan pengaruh positif signifikan paling besar terhadap citra merk dengan koefisien ( $\beta$  = Beta standar dized) = 64,10%.

Retur barang adalah pengembalian suatu barang dagang yang di sebabkan karna barang sudah rusak, cacat, kesalahan pengiriman, ataupun jumlah barang yang berlebihan dan tidak sesuai pesanan sehingga harus dikembalikan barangnya. (Mardhany,2012).

Soemarso (2009:41) menyatakan bahwa : “Retur penjualan adalah barang dagang yang dijual mungkin dikembalikan oleh pelanggan karena kerusakan atau alasan-alasan lain, pelanggan diberikan potongan harga”. Menurut pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa retur penjualan adalah pembatalan atau pengembalian barang yang dilakukan oleh pelanggan karena barang tersebut mengalami kerusakan, cacat atau alasan lainnya sehingga mengakibatkan pembeli menerima suatu penggantian barang atau pengurangan harga.

Ketersediaan produk membuat konsumen yang suka akan produknya dapat mengikuti perkembangan merek tersebut. Kotler dan Keller (2006) menyatakan bahwa: “salah satu yang mempengaruhi pembelian adalah karena faktor ketersediaan produk.” Konsumen membeli karena produk yang telah tersedia dan tidak sedikit konsumen yang kecewa karena barang yang di inginkan oleh konsumen tidak tersedia atau habis. Oleh sebab itu perusahaan harus mengecek rutin produknya agar keinginan konsumen selalu terpenuhi.

Victor, 2013 hal.: 227 hasil penelitiannya bahwa: Nilai koefisiensi pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai beta = 0,235, dengan (p.value/ nilai probabilitas signifikanasi) sebesar 0,032 (3,20%) yang di simpulkan bahwa ketersediaan produk berpengaruh positif signifikan terhadap perubahan keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang sama oleh (Muliawan dan Sugiarto,2017) hal. : 5 bahwa: Ketersediaan Produk Sari Roti memiliki pengaruh positif signifikan dengan  $T_{hitung}$  3,252 lebih besar dari  $T_{tabel} = 1,96$  yang di simpulkan bahwa ketersediaan produk berpengaruh positif signifikan terhadap intensitas pembelian (*repurchase intention*).

Kepuasan konsumen merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis dan usaha. Kepuasan konsumen adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Kotler dan Keller (2007:177) “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.”

Pelayanan konsumen dari sebuah sistem rantai pasok yang baik akan terpenuhi jika sebuah produk tersedia di setiap saat rak (*etalase*) sehingga akan memuaskan para konsumen (Adapsi: Grant, 2006). Tjiptono, 2008 menyatakan bahwa: “untuk mengukur kepuasan konsumen adalah dengan kemudahan.” Kemudahan yang dimaksud adalah kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa yang konsumen inginkan. Bahwa untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut, perusahaan memakai strategi yang menggunakan faktor-faktor (Variabel Kualitas Produk, Jaminan Retur, Ketersediaan Produk).

Dengan demikian berdasarkan latar belakang diatas maka, penelitian ini mengambil judul ***“Pengaruh Kualitas Produk, Jaminan Retur, Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Empiris Pada CV. Agung Mandiri Semarang)”***.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk, Jaminan Retur, Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Empiris Pada CV. Agung Mandiri Semarang)”. Maka penulis ingin merumuskan permasalahan yang hendak dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?
2. Bagaimana Jaminan Retur berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?

3. Bagaimana Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?
4. Bagaimana Kualitas Produk, Jaminan Retur dan Ketersediaan Produk mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada CV. Agung Mandiri Semarang?
5. Manakah diantara Variabel Kualitas Produk, Jaminan Retur dan Ketersediaan Produk yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Agung Mandiri Semarang?

### **1.3 Batasan Masalah**

Berikut ini adalah batasan masalah yang dimiliki dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel pelanggan (konsumen) CV. AGUNG MANDIRI Semarang.
2. Pada penelitian ini terdapat 4 (empat) variabel, diantara Variabel Independen: Kualitas Produk, Jaminan Retur dan Ketersediaan Produk. Sedangkan Variabel Dependen adalah Kepuasan Konsumen.

### **1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan umum penelitian ini untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Agung Mandiri Semarang.
2. Untuk menganalisis pengaruh Jaminan Retur terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Agung Mandiri Semarang.

3. Untuk menganalisis pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Agung Mandiri Semarang.
4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh bersama (*simultan*) Kualitas Produk, Jaminan Retur dan Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Agung Mandiri Semarang.
5. Untuk menganalisis pengaruh yang paling dominan diantara Kualitas Produk, Jaminan Retur dan Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Agung Mandiri Semarang.

Tujuan khusus penelitian ini adalah untuk membuktikan hipotesis-hipotesis penelitian. Dalam penelitian jumlah hipotesis yang akan dibuktikan berjumlah 5 (lima) hipotesis.

#### **1.4.2. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kegunaan yang tentunya sebagai acuan ilmu pengetahuan bagi semua pihak yang berkaitan, baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi media untuk perkembangan ilmu pengetahuan, melalui penelitian yang dilakukan dapat ditemukan sesuatu yang baru ataupun penyempurnaan pengetahuan yang sudah ada.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana diagnosis untuk mencari penyebab suatu masalah, sehingga memudahkan untuk mendapatkan solusi ataupun pemecahan masalah.

3. Hasil kegunaan operasional penelitian ini adalah untuk mengetahui masalah-masalah apa saja yang sedang dihadapi sebagai sebuah perusahaan.
4. Hasil penelitian ini memberikan gambaran mengenai Kualitas Produk, Jaminan Retur dan Ketersediaan Produk yang berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, sehingga dapat digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Langkah-langkah atau tahapan-tahapan yang ditempuh dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab. Penulis membagi pembahasan dengan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang penjelasan latar belakang yang memuat fenomena dan alasan pemilihan topik penelitian/permasalahan yang dihadapi, rumusan masalah yang berisi pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data, tujuan yang berisi maksud yang hendak dicapai dari penelitian yang dilakukan, kegunaan penelitian yang akan diperoleh setelah penelitian berhasil dilakukan, dan sistematika penulisan.

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

Bab ini berisi penjelasan tentang landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

Selain itu, bab ini juga berisi tentang ringkasan dari penelitian terdahulu, kerangka pemikiran yang merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting dan hipotesis yang berisi jawaban sementara dari rumusan masalah.

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

Bab ini berisi penjelasan tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel yang menjelaskan indikator-indikator yang membentuk masing-masing variabel, populasi dan sampel penelitian yang menjelaskan populasi yang akan diteliti dan penentuan jumlah sampel yang akan diambil, teknik pengambilan sampel yang menjelaskan cara yang digunakan untuk memilih dan mengambil bagian dari populasi untuk digunakan sebagai sampel yang representatif, jenis dan sumber data yang berisi deskripsi tentang jenis data dari variabel-variabel dalam penelitian, metode pengumpulan data yaitu metode pengambilan dan penelitian yang digunakan untuk memperoleh data, metode analisis data yaitu proses pengolahan data yang diterapkan serta pengujian hipotesis.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai deskripsi obyek penelitian yaitu membahas secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis data berisi penjelasan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan, serta pembahasan yang akan menjawab permasalahan penelitian yang diangkat berdasarkan hasil pengolahan data dan teori yang relevan.

#### **BAB V : PENUTUPAN**

Bab ini terdiri dari dua bagian yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyajikan secara singkat apa yang telah diperoleh dari pembahasan. Saran berisi usulan-usulan yang disampaikan kepada pihak yang terkait dengan hasil penelitian.

