

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Pada era globalisasi ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Perkembangan dan peningkatan kualitas pada produk perusahaan semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan yang terjadi di antara sekian banyak perusahaan.

Saat ini banyak perusahaan yang sedang berkembang, maka persaingan pun akan semakin menjadi lebih ketat. Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diperhatikan dan di prioritaskan adalah kepuasan, supaya pelanggan dapat bertahan, dapat bersaing dengan pesaing yang lain dan dapat menguasai pangsa pasar. Dalam keadaan seperti ini, salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan meningkatkan kualitas produk sebaik mungkin, serta memberikan kinerja yang semaksimal mungkin sehingga konsumen akan merasa puas dan perusahaan akan tetap bertahan.

Dalam persaingan yang sangat ketat saat ini perusahaan yang bergerak di bidang usaha dan jasa harus dapat meningkatkan kualitas produknya, demikian juga perusahaan elektronik dituntut untuk melakukan inovasi yang mutakhir dan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dari pangsa pasar yang ada. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai keunggulan tersendiri terutama dalam memuaskan pelanggan. Apabila pelanggan tidak merasa puas terhadap suatu produk yang di berikan maka produk tersebut dipastikan tidak memiliki tingkat kualitas yang baik.

Apalagi dimasa pandemi saat ini kebutuhan akan komputer pun ikut meningkat, karena mengharuskan berkegiatan dirumah atau menjadi

serba online. Sehingga selama terjadinya pandemi perusahaan laptop di Indonesia berupaya meningkatkan jumlah penjualan dan menghadirkan produk-produk yang terkemuka dan canggih. Dengan demikian, perusahaan harus tetap memperhatikan kualitas pada produk tersebut haruslah yang terbaik. Agar dapat mempertahankan konsumen dengan memiliki kualitas produk yang diharapkan konsumen.

Menurut Wijaya (2018:9) kualitas barang dan jasa adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap barang dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan atau atribut-atribut tertentu.

Kualitas produk atau jasa merupakan harapan dan impian bagi semua pihak, sehingga para pemasar sebelum memasarkan produknya harus memperhatikan bagaimana kondisi dan tampilan produk yang akan digunakan konsumen. Kualitas merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan konsep penting yang perlu dipahami perusahaan karena dapat mempengaruhi keputusan pelanggan selanjutnya. Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika suatu produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila produk yang diberikan melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

CV Istana Komputer Palembang merupakan sebuah perusahaan dagang yang bergerak di bidang supplier komputer baru dan second, laptop, suku cadang (spare part) dan perbaikan komputer (service). Jenis-jenis barang yang disediakan diperusahaan ini antara lain: laptop, hard disk, printer, tinta, monitor, serta perlengkapan lainnya seperti keyboard, mouse, dan sebagainya.

CV Istana Komputer sebagai perusahaan yang bergerak di bidang dagang kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu CV Istana Komputer harus memiliki strategi khusus agar pelanggan merasa senang dan puas atas produk yang dijual-belikan. Aspek kualitas produk sangatlah penting bagi perkembangan bisnis perusahaan. Setiap perusahaan harus berusaha memberikan kualitas produk yang optimal, karena terciptanya kepuasan pelanggan terhadap suatu produk dapat memberikan manfaat. Manfaat yang di peroleh antara lain terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan dan loyalitas.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CV ISTANA KOMPUTER PALEMBANG”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV Istana Komputer Palembang?
2. Dimensi kualitas produk manakah yang kurang baik pada CV Istana Komputer Palembang?

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Penulis memberikan Batasan-batasan agar pembahasan laporan yang akan dilakukan lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di CV Istana Komputer Palembang.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

#### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan utama yang ingin dicapai dari penulisan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di CV Istana Komputer Palembang.

#### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

Hasil penelitian yang nanti akan dicapai peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut,

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana penambah pengetahuan dan pemahaman penulis dibidang Manajemen Pemasaran, terutama mengenai permasalahan yang berhubungan dengan kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan adalah sebagai masukan untuk meningkatkan lagi kualitas produk dalam rangka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di CV Istana Komputer.

3. Bagi Pembaca

Sebagai kontribusi pengatutan dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penulis memilih objek penelitian pada CV Istana Komputer Palembang yang beralamat di Jalan Swadaya No.04, Talang Aman, Kecamatan Kemuning, Palembang. Bidang ilmu yang penulis ambil yaitu Manajemen Pemasaran tentang analisis kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di CV Istana Komputer Palembang.

### **1.5.2 Jenis Dan Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Penulis mendapatkan data primer dari hasil kuesioner.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan oleh penulis melalui studi literatur, yaitu penelusuran literatur mengenai dasar pengetahuan tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Penulis menggunakan data sekunder sebagai referensi dan landasan dalam penulisan yaitu buku-buku, laporan dan jurnal, serta internet.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Penulis melakukan beberapa metode pengumpulan data untuk penulisan laporan akhir ini, yaitu:

#### **1. Riset Lapangan**

Yaitu pengumpulan data dengan cara mendatangi dan melakukan penelitian secara langsung pada lokasi objek penelitian. Penulis melakukan riset lapangan antara lain dengan cara sebagai berikut.

a. Wawancara

Menurut Yusi dan Idris (2016:114), wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Penulis langsung melakukan wawancara dengan pemilik CV Istana Komputer Palembang.

b. Kuesioner

Menurut Yusi dan Idris (2016:120) Kuesioner merupakan alat pengumpul data primer yang efisien dibandingkan observasi ataupun wawancara. Pada penelitian ini kuesioner yang akan disebarakan kepada sampel yang telah ditentukan yaitu konsumen CV Istana Komputer Palembang.

2. Riset Pustaka

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mempelajari serta mengutip kalimat dan pendapat para ahli dari buku-buku literatur, jurnal dan artikel yang dianggap penting bagi penulis dan berhubungan dengan judul yang diambil dalam pembuatan Laporan Akhir ini. Selain itu juga dapat digunakan sebagai landasan teori yang digunakan sebagai pedoman dan evaluasi dalam penulisan laporan akhir ini.

## **1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

### **1.5.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2018:130) Populasi Adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan definisi diatas, maka populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang datang ke CV Istana Komputer Palembang.

#### 1.5.4.2 Sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. (Sugiyono, 2018:131). Jika populasinya belum diketahui seberapa banyak sampel yang digunakan maka menggunakan rumus Roscoe dalam Sugiyono (2010:131), yaitu:

$$N = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

Keterangan:

N = Penentuan Sampel

Variabel X = Kualitas Produk

Variabel Y = Kepuasan Pelanggan

Variabel X memiliki enam dimensi, yaitu

(X1) Performance, (X2) Range and type of features, (X3) Reliability and durability, (X4) Maintainability and serviceability, (X5) Sensory characteristic dan (X6) Ethical profile and image.

$$N = (V_x + V_y) \times 10$$

$$= (6 + 1) \times 10$$

$$= (7) \times 10$$

$$= 70 \text{ Sampel}$$

Maka jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 70 responden.

#### 1.5.5 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah *Sampling Insidental*.

Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2018:138).

### 1.5.6 Skala Pengukuran Data

Skala pengukuran yang digunakan penulis yaitu skala likert. Skala likert dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Adapun skala likert yang digunakan yaitu:

#### **Skala pengukuran tingkat kualitas produk yang diberikan:**

- |                              |          |
|------------------------------|----------|
| 1. Sangat Setuju (SS)        | Skor : 5 |
| 2. Setuju (S)                | Skor : 4 |
| 3. Cukup Setuju (CS)         | Skor : 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS)         | Skor : 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | Skor : 1 |

#### **Skala pengukuran tingkat harapan konsumen terhadap kualitas produk yang diberikan**

- |                              |          |
|------------------------------|----------|
| 1. Sangat Setuju (SS)        | Skor : 5 |
| 2. Setuju (S)                | Skor : 4 |
| 3. Cukup Setuju (CS)         | Skor : 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS)         | Skor : 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | Skor : 1 |

Rumus yang digunakan untuk mencari indeks jawaban responden yaitu berdasarkan rumus Supranto (2003:140):

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum yi}{n}$$



Keterangan:

$\bar{X}$  = Perkiraan rata-rata tingkat kinerja

$\bar{Y}$  = Perkiraan rata-rata tingkat harapan

n = Jumlah responden

Perhitungan yang digunakan untuk menghitung kesesuaian antara kinerja dan harapan konsumen adalah:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor Penilaian Kualitas Produk

Yi = Skor Penilaian Harapan Konsumen

Rumus yang digunakan untuk mencari indeks rata-rata jawaban responden per dimensi adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum yi}{k}$$

Keterangan:

k = banyaknya pertanyaan

Rentang skala yang digunakan adalah untuk mengukur seberapa tingkat indeks rata-rata jawaban responden. Kriteria berkisar antara nilai terendah = 1 sampai tertinggi 5. Dengan mencari interval dengan rumus: Nilai tertinggi – Nilai terendah / Banyak kriteria.

Interval = 5 – 1 / 5 = 0,80
-----------------------------

Jadi kriteria tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Rentang Skala Kenyataan dan Harapan**

<b>Rentang skala</b>	<b>Kenyataan</b>	<b>Harapan</b>
1,00 – 1,80	Sangat tidak puas	Sangat tidak penting
1,81 – 2,60	Tidak puas	Tidak penting
2,61 – 3,40	Cukup puas	Cukup penting
3,41 – 4,20	Puas	Penting
4,21 – 5	Sangat puas	Sangat penting

Diagram Kartesius digunakan untuk mengetahui item apa saja yang termasuk kedalam dimensi kualitas produk yang telah memenuhi harapan dan yang perlu ditingkatkan guna memenuhi harapan pelanggan. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), X merupakan rata-rata dari skor tingkat kenyataan atau kepuasan dan Y adalah rata-rata dari skor nilai tingkat kepentingan (harapan) seluruh faktor yang mempengaruhi pelanggan.

**Gambar 1.1**  
**Diagram Kartesius**

	$\bar{Y}$	$\bar{X}$
Kepentingan	Prioritas Utama A	Pertahankan Prestasi B
	Prioritas Rendah C	Berlebihan D

Sumber: Supranto, 2003

Keterangan:

a. Kuadran A

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas layanan yang tingkat kepentingannya di atas rata-rata akan tetapi kurang mendapatkan perhatian perusahaan, belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan.

b. Kuadran B

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas produk suatu variable berada pada tingkat yang sesuai dengan harapan konsumen.

c. Kuadran C

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas produk suatu variable yang dilakukan dengan standar oleh pihak perusahaan dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh pelanggan.

d. Kuadran D

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas produk yang tidak begitu penting oleh pelanggan yang dilaksanakan sangat baik oleh pihak perusahaan sebagai suatu yang mungkin sangat berlebihan.

### 1.5.7 Teknik Analisa Data

Analisa data yang penulis gunakan dalam penulisan laporan akhir ini yaitu menggunakan metode Analisa kuantitatif dan kualitatif.

#### a. Data Kualitatif

Menurut Yusi dan Idris (2016:108) data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Data kualitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah menjelaskan, mengomentari atau menerangkan jawaban kuesioner yang diolah menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018:152) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

#### b. Data Kuantitatif

Menurut Yusi dan Idris (2016:108) data kuantitatif yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik atau angka. Penulis menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan. Pengambilan data untuk memperoleh data kuantitatif penulis menggunakan perhitungan persentase yang digunakan untuk menghitung persentase jawaban dari kuesioner yang penulis buat dan bagikan kepada pelanggan CV Istana Komputer Palembang.