

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tidak lain ekonomi Indonesia merupakan salah satu dari kekuatan ekonomi berkembang yang terbesar di Asia Tenggara dan terbesar di Asia ketiga setelah China dan India. Ekonomi negara ini menempatkan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi terbesar ke-16 di dunia yang artinya Indonesia juga merupakan anggota G-20 dan pernah menjadi tuan rumah G-20 pada tahun 2022. Setelah mengalami gejolak politik dan sosial yang hebat pada tahun 1960an di masa jabatan Presiden Soekarno, pada saat Indonesia di pimpin Presiden Soeharto segera melakukan restrukturisasi tata kelola fiscal yang tercerai berai akibat berbagai kebijakan ekonomi yang memberatkan perimbangan neraca Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang ada dengan berbagai cara mengadakan renegotiasi pengelolaan fiscal Indonesia. Ekonomi Indonesia yang di topan dari kegiatan industri, bisnis dan perdagangan berbasis ekspor, Indonesia mampu menciptakan stabilitas politik, sosial dan pertahanan keamanan yang menjadi pondasi ekonomi yang kuat.

Usaha kecil dan menengah yang berperan penting dalam keberhasilan perekonomian antara lain usaha usaha kreatif, usaha pengolahan pangan dan usaha jasa penyewaan papan ucapan (florist). Kemudian usaha kreatif adalah yang dimana mengandalkan keterampilan dan bakat baik dalam individu maupun kelompok untuk menghasilkan daya kreasi dan daya cipta, contoh usaha kerajinan tangan, batik, songket, tenun, ganci, tas dan yang terakhir yaitu usaha jasa penyewaan papan ucapan (florist). Usaha di bidang jasa merupakan sebuah bisnis yang menggunakan tenaga, ilmu dan juga keahlian dalam bidang yang di jalankan, yang mana anda akan dibayar sesuai dengan jasa yang telah di berikan, contoh usaha alat berat, mobil dan papan ucapan (florits).

Bisnis penyewaan papan ucapan (florist) merupakan salah satu bisnis yang termasuk dalam tingkat ketiga yaitu strategi fungsional berfokus pada tingkat pemasaran, produksi, dan keuangan. Potensi keuntungan yang tinggi menjadikan banyak masyarakat terjun untuk menjadikan bisnis penyewaan papan ucapan (florist) menjadi pilihan bisnis bagi mereka, baik itu bisnis online dan offline tergantung pada target pasar yang di tuju dan sumber daya yang dimiliki. Hal ini dapat di lihat dari banyaknya konsumen yang tertarik dalam penyewaan produk tersebut.

Fungsi lain dari papan ucapan bunga yang dibentuk menjadi sebuah karangan yang indah mampu mewujudkan rasa simpati kepada orang yang diberi. Wujud simpati yang diberikan melalui karangan bunga bisa berupa ungkapan duka kepada orang yang terkena musibah, wedding, opening, hajatan dan lainnya.

Salah satu tempat penyewaan papan ucapan yang berdiri sejak tahun 2019 berada di daerah Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin, toko papan ucapan tersebut memiliki nama Dhefia Florist yang di miliki oleh salah satu warga di Kabupaten Musi Banyuasin. Toko papan ucapan tersebut menyediakan berbagai ukuran mulai dari yang single maupun double. Toko papan ucapan selalu memperbarui tulisan, tampilan dan dekorasi yang akan di gunakan saat ada yang memesan papan ucapan tersebut agar pelanggan merasa puas atas pelayanan yang mereka berikan.

**Tabel 1.1**  
**Omset Penjualan**  
**Toko Dhefia Florist Babat Toman Periode**  
**2019 s.d 2023**

No	Tahun	Jumlah Omset
1	2019	Rp 17.100.000
2	2020	Rp 22.800.000
3	2021	Rp 19.800.000
4	2022	Rp 25.800.000
5	2023	Rp 30.000.000

*Sumber: Toko Dhefia Florist (2023)*

Terlihat dari tabel tersebut jumlah omset selama 5 tahun terakhir mengalami naik turun atau fluktuatif, kondisi ini tentu bukan kondisi optimal yang diinginkan semua usaha. Karena tren profit yang stabil merupakan kondisi yang di harapkan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis kepada pemilik Toko Dhefia Florist Babat Toman diketahui bahwa adanya permasalahan pada tahun 2021 yaitu karyawan yang membuat papan ucapan mengalami keterlambatan dalam pengantarannya ke lokasi yang dituju pada tahun 2020, sehingga mengakibatkan penjualan pada tahun 2021 mengalami penurunan.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah dalam Sabrina (2023:3) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima).

Dalam buku teks standar Marketing Management yang ditulis oleh Kotler & Keller dalam buku Tjiptono dalam Aprillaurel (2024:12) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Berdasarkan latar belakang yang peneliti paparkan diatas peneliti membuat judul tentang **“Pengaruh Kualitas dan Tampilan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Dhefia Florist Babat Toman”**

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik suatu rumusan masalah yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Dhefia Florist?
2. Apakah tampilan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Dhefia Florist?

3. Apakah kualitas dan tampilan produk sama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan?

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Untuk menghindari pembahasan yang menyimpang dari topik yang dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas. Yaitu Pengaruh Kualitas dan Tampilan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Dhefia Florist Babat Toman.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Dhefia Florist?
2. Untuk mengetahui apakah tampilan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Dhefia Florist?
3. Untuk mengetahui apakah kualitas dan tampilan produk sama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan?

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penulisan proposal laporan akhir ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang jasa dan juga dapat dijadikan bahan pembelajaran khususnya dalam bisnis jasa.

2. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi masukan positif bagi perusahaan untuk memperhatikan suatu perilaku pelanggan dalam mencapai tujuan perusahaan yang diharapkan agar dapat memenuhi pemasaran yang ada.

### 3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan sebagai sumber referensi bagi teman-teman mahasiswa dan pihak lainnya dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

## 1.5 Metode Penelitian

### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Dhefia Florist berada di Babat Toman, Kabupaten Musi Banyuasin, Provinsi Sumatera Selatan.

### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis sumber data yang penulis gunakan dalam pembuatan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Data *Primer*

Data *Primer* merupakan data yang belum tersedia dan digali sendiri oleh penulis dengan cara observasi dan kuesioner mengenai kepuasan pelanggan terhadap kepuasan produk.

#### 2. Data *Sekunder*

Data *Sekunder* Merupakan data yang diperoleh dari Lembaga pengumpul data yang kemudian mempublikasikannya kepada masyarakat yang akan menjadi pengguna data tersebut. Dimana data ini penulis peroleh dari beberapa sumber informasi seperti buku dan internet.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015 : 224) dalam Muchtar (2023:3), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Tanpa mengetahui Teknik pengumpulan data, maka penulis tidak akan mendapatkan data

yang memenuhi standar yang ditetapkan. Adapun Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

## **1. Riset Lapangan**

### **a. Kuesioner**

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara, dengan menggunakan kuesioner peneliti dapat menghubungi responden-responden yang kadang sulit dijumpai. Dalam Teknik ini, penulis membagikan kuesioner kepada responden terkait hal-hal yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk pada Toko Dhefia Florist.

### **b. Observasi**

Menurut Larry Cristensen dalam Hakim (2020:36) Observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan.

Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa metode observasi adalah data yang akan terkumpul dari observasi berupa informasi yang didapat melalui pengamatan serta pemahaman penulis ketika melihat secara langsung kegiatan yang dilakukan ditempat kerja.

### **c. Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2017:157). Untuk mendapatkan data yang lengkap penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik toko Dhefia Florist

dengan tujuan untuk mendapatkan informasi tambahan yang diperlukan pada saat penelitian.

## **2. Riset Pustaka**

Riset Pustaka yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku dan sumber-sumber kepustakaan lain yang berhubungan dengan penelitian yang dijadikan sebagai dasar penulisan laporan akhir ini.

### **1.5.4 Populasi dan Sampel**

#### **1.5.4.1 Populasi**

Menurut Sugoyono, 2017:90 Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli pada tahun 2019-2023 pada Toko Dhefia Florist Babat Toman.

#### **1.5.4.2 Sampel**

Ferdinand (2014: 171) menyatakan bahwa sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini menjadi perwakilan dari populasi. Menurut Sugiyono (2011) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai 500. Ferdinan (2014:173) menyatakan bahwa ukuran sampel yang sesuai berkisar dari 100 sampai 200 responden. Untuk setiap estimated parameter, ukuran sampel minimum 5 dan maksimum 10. Jumlah sampel yang ideal dan representative diperoleh dari jumlah indikator dikali 5 sampai 10.

Dalam penelitian ini, indikator yang di teliti adalah sebanyak 12 indikator yaitu: variabel pengaruh kualitas produk sebanyak 5 indikator, tampilan produk 4 indikator dan kepuasan

pelanggan 3 indikator. Selanjutnya, dari rentang ukuran sampel 5-10, ukuran yang dipilih adalah 8 dengan pertimbangan agar jumlah sampel sesuai pendapat Ferdinand (2014: 173), jumlah sampel adalah 100-200. Berdasarkan penjelasan di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan melalui formula:

$$N \text{ minimum} = 8 \times \text{Jumlah Indikator}$$

$$N = 8 \times 12$$

$$N = 96$$

Keterangan:

N = Jumlah Responden

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang dan bisa di bulatkan menjadi 100 orang pelanggan Toko Dhefia Florist Babat Toman. Pemilihan rentang dari kriteria sampel peneliti memilih rentang angka 8 dari 5 samapai 10 hal tersebut dikarenakan akan mendekati dengan jumlah sampel yang sesuai dengan penelitian ini yaitu 100 responden. Teknik pemilihan sampel yang di gunakan adalah Purposive sampling, dimana sampel yang dipilih adalah kenalan atau teman dari peneliti yang telah menjadi pelanggan Toko Dhefia Florist Babat Toman (Ferdinand, 2014:17)

### **1.5.5 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugoyono, 2017:91). Dalam hal ini terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan dalam penelitian. Peneliti menggunakan teknik sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Dalam melakukan penelitian bertujuan untuk menghasilkan sampel yang secara logis dapat dianggap mewakili populasi. Dalam melakukan penelitian bertujuan untuk menghasilkan sampel yang secara logis dapat dianggap mewakili populasi, jadi peneliti menentukan kriteria dalam menentukan responden yaitu responden yang telah melakukan pembelian minimal 1x pembelian produk Dhefia Florist Babat Toman.

### 1.5.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono dalam Farida (2018:5), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Operasional variabel atau mengenai batasan yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel  $X_1$  yaitu kualitas produk,  $X_2$  tampilan produk, dan variabel Y yaitu kepuasan pelanggan.

**Tabel 1.2**  
**Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Skala
Kualitas Produk ( $X_1$ )	1. Ketahanan ( <i>durability</i> )	Umur dan jangka ketahanan produk tahan lama	<i>Likert</i>
	2. Keandalan Produk ( <i>reliability</i> )	Probabilitas terjadinya kerusakan produk	<i>Likert</i>
	3. Fitur ( <i>features</i> )	Memenuhi kebutuhan penggunaan karakter dan pelengkap	<i>Likert</i>
	4. Kesesuaian Spesifikasi ( <i>conformance</i> )	Kesesuaian produk dengan yang ditetapkan	<i>Likert</i>
	5. Kualitas Yang Dirasakan ( <i>perceived quality</i> )	Kualitas produk sesuai dengan reputasi perusahaan	<i>Likert</i>
Tampilan Produk ( $X_2$ )	1. Estetika ( <i>aesthetics</i> )	1. Tampilan produk yang klasik dan elegan 2. Desain dan variasi produk yang menarik	<i>Likert</i>

Lanjutan Tabel 1.2

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Skala
	2. Variasi Produk ( <i>product variants</i> )	1. Tampilan pruduk yang beragam 2. Tampilan produk lengkap yang memberikan kemudahan bagi pelanggan	<i>Likert</i>
	3. Display Produk ( <i>produk displays</i> )	1. Produk sesuai dengan yang di tampilkan di sosial media 2. Tampilan produk yang menarik	<i>Likert</i>
	4. Pembeda Produk ( <i>product differentiator</i> )	1. Tampilan produk yang berbeda dengan toko lainnya 2. Tampilan produk yang menciptakan variasi pilihan	<i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kesesuaian Harapan ( <i>conformity to expectations</i> )	1. Kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan 2. Kualitas yang tidak mengecewakan	<i>Likert</i>
	2. Minat Penggunaan Berkelanjutan ( <i>interest in continued use</i> )	1. Tidak berminat berlangganan produk lain 2. Melakukan penggunaan ulang	<i>Likert</i>
	3. Kesiediaan Merekomendasikan ( <i>willingness to recommend</i> )	1. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 2. Dapat dijadikan rekomendasi yang layak	<i>Likert</i>

Sumber: Umaroh, F., & Ratnasari, K. (2022). *Management and Accounting Expose*, 5(2).

### 1.5.7 Analisis Data

Teknik dan metode Analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugoyono, (2018:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandasan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada

populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan memanfaatkan aplikasi spss dengan melakukan pengujian dibawah ini:

#### 1. Uji Validitas

Uji validasi digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu *instrument* (kuesioner). Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengetahui validasi suatu kuesioner dilakukan dengan cara melakukan korelasi antara skor masing-masing variabel dengan skor totalnya. Teknik korelasi yang digunakan dalam uji validasi ini.

#### 2. Uji Realibilitas

Menurut (yusi & Idris, 2016:95) realibilitas dapat dikatakan reliabel apabila pengukur tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten, digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrument penelitian dapat dipercaya atau diandalkan sebagai alat pengumpul data dan menghasilkan hasil yang konsisten. Uji realibilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistic Cronbach Alpha, menggunakan program SPSS dengan kriteria berikut:

1. Jika koefisien reliabilitas  $>0,6$  maka instrument memiliki realibilitas yang baik dan dapat di percaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas  $<0,6$  maka instrument tidak memiliki reabilitas yang baik dan tidak dapat dipercaya.

#### 3. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji kemaknaan koefesien persial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji persial ini menggunakan distribusi t. Caranya dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS dengan cara membandingkan antara nilai signifikan hitung dengan signifikan  $\alpha = 5\%$

Apabila perhitungan signifikan hitung  $\leq a$  (5%), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### 4. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis untuk uji F, hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak maka: artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan Hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak maka: artinya ada pengaruh antara variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

Kriteria Pengujian dengan SPSS:

Apabila probabilitas  $>$  taraf signifikan (5%), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Apabila probabilitas  $<$  taraf signifikan (5%) maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima.

#### 5. Uji Determinasi

Menurut (Yusi & Idris, 2016:148) Koefisien Determinasi digunakan untuk melihat apakah tepat penggunaan persamaan regresi dari model, maka perlu diadakan pengujian. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas dan tampilan produk terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian tersebut dikenal dengan nama  $R^2$  test atau uji koefisien determinan (*Coefficient of determination test*).

#### 6. Regresi Berganda

Menurut Arifin dalam Ananda (2023:7), pada regresi berganda terdapat satu variabel tergantung dan dua atau lebih variabel bebas. Analisa diperlukan untuk mengetahui arah

hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan data berskala interval atau rasio. Peneliti menggunakan Analisa regresi berganda dikarenakan dalam penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel. Hal ini untuk menunjukkan hubungan antara variabel bebas ( $X_1, X_2$ ) terhadap variabel tetap ( $Y$ ), model persamaan penelitian adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan Pelanggan

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Kualitas

$X_2$  = Tampilan

#### 7. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono dalam Naibaho (2020:5), Skala Likert merupakan alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Penggunaan skala likert membuat variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi subvariabel yang kemudian dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur Sudaryono dalam Revi (2023:69). Adapun skala likert yang digunakan antara lain:

**Tabel 1.3**  
**Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber : Rangkuti (2017:66)*