

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Bertambahnya shopping centre di Medan dari tahun ke tahun menjadikan peluang bisnis bagi para pelaku bisnis terutama dibidang fashion dan olahraga karena banyak pengunjung yang berkunjung ke shopping centre dimana sebagian besar pengunjung yang berkunjung karena ingin berbelanja pakaian dan produk fashion lainnya. Fenomena tersebut menyebabkan kebanyakan mall yang ada menjual berbagai jenis fashion baik untuk pria maupun wanita yang berada di boutique, factory outlet, ataupun di departement store yang mempunyai fasilitas pelayanan dan mutu sesuai dengan standart yang diterapkan tiap toko (Japarianto dan Sugiharto 2011).

Kehidupan masyarakat yang modern setiap hari banya disibukkan oleh pekerjaan, berangkat pagi hari dan pulang di sore hari, bahkan sampai malah hari. Di samping itu, biasanya mereka kurang memperhatikan makan dan aktifitas fisik, padahal pekerjaan kantor sebagian besar dikerjakan dengn duduk, sehingga orang tersbut secara fisik tidak aktif (suryanto, 2011).

Para produsen mereka menawarkan merek dan kualitas produknya agar pelanggan mengetahui bahwa produk mreka berkualitas baik dari harga yang relatif dan terjangkau sedangkan dari sisi pelanggan yang mengeluarkan uang untuk memakai produk mereka yang keren dan harga yang relatif terjangkau dan timbul rasa percaya diri ketika memakainya. Seiring perkembangan zaman maka

berdampak pada perilaku pelanggan mereka berlomba-lomba untuk memperoleh produk-produk yang berkualitas dan memiliki merek terkenal.

Perkembangan dunia usaha semakin kompleks dan pesat persaingan semakin ketat, oleh karena itu setiap perusahaan harus dapat melakukan berbagai macam kegiatan untuk dapat terus bersaing dan mampu memberikan kepuasan kepada setiap konsumennya. Kegiatan yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah memprediksi berbagai permasalahan yang akan dihadapi untuk ditangani.

Dan masalah mengenai kepuasan konsumen merupakan salah satu permasalahan yang harus dihadapi dan ditangani oleh setiap perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan tolak ukur dari tujuan utama kegiatan pemasaran, karena melalui kepuasan konsumen perusahaan dapat mencapai laba yang maksimal, sehingga perusahaan tersebut dapat terus berjalan.

Pada umumnya konsumen akan lebih melihat merek dan kualitas dari suatu produk. Persoalan kualitas produk di dalam dunia bisnis kini sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan, karena selera konsumen pada umumnya selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu, untuk dapat mengatasi masalah ini sedini mungkin perusahaan harus dapat mendeteksi setiap perubahan selera konsumen yang sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan, agar perusahaan tetap survive dalam bisnisnya.

Kemampuan perusahaan dalam melaksanakan pendeteksian merupakan salah satu tolak ukur untuk mengevaluasi sampai sejauh mana keberhasilan merealisasi rencana yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan, pada saat ini, begitu banyak merek yang masuk ke Indonesia, sehingga konsumen mudah untuk mencoba

merekke merek lain, perusahaan harus melihat satu peluang sampai peluang lain agar perusahaan memenangkan persaingan.

Meingkatkan daya saing suatu perusahaan adalah kualitas produknya dan merek dagangan nya. Dengan demikian hanya perusahaan yang mampu menghasilkan produk yang bnar-benar berkualitas baik yang dapat memenangkan persaingan dan produk-produk yang orisinil yang tidak dipalsukan dipasaran, pada merek bisa diperoleh dari pemberian kualitas yang baik. Dengan kata lain konsumen akan percaya dengan suatu merek apabila perusahaan dapat memberikan kualitas yang baik.

Sport Station Plaza Thamrin Medan merupakan bisnis ritel yang menjual dan mendistribusikan produk-produk dari berbagai merek khusus di bidang olahraga dan fashion pria maupun wanita. Di dalam aktifitas Sport Station Plaza Thamrin Medan masih perlu untuk meyakinkan kualitas dan merek produk mereka berkualitas baik kepada konsumennya, agar perusahaan dapat mencapai laba yang diharapkan. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memilih judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Sport Station di Plaza Thamrin Medan (Studi Pada Produk Merek Converse)”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini penulis mencoba untuk mengidentifikasi masalah. Adapun identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Produk yang kurang berkualitas di pasarkan yang dibeli konsumen tidak memuaskan konsumen yang berbelanja di Sport Station Plaza Thamrin Medan.

2. Kekecewaan konsumen terhadap pembelian produk-produk premium dari merek Converse dengan harga yang relatif mahal namun dengan kualitas yang rendah tidak sesuai dengan harapan konsumen yang berbelanja di Sport Station Plaza Thamrin Medan.
3. Model atau jenis tipe produk yang kurang lengkap sehingga tidak memuaskan konsumen berbelanja di Sport Station Plaza Thamrin Medan.
4. Kelengkapan size dari produk (stok) yang kurang lengkap di Sport Station Plaza Thamrin Medan.
5. Penjualan yang menurun akibat banyaknya pesaing kompetitor di shopping centre yang sudah mampu memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

1.3. Batasan dan Rumusan Masalah

1.3.1. Batasan Masalah

Untuk memperjelas serta membatasi ruang lingkup permasalahan sehingga menghasilkan uraian yang sistematis maka penulis merasa perlu membuat batasan masalah yaitu atas permasalahan kualitas produk, Merek dan Kepuasan Konsumen, Sport Station Plaza Thamrin Medan (Studi Pada Produk Merek Converse).

1.3.2. Rumusan Masalah

Langkah selanjutnya dalam pembahasan tulisan ini adalah membuat rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah Kualitas Produk-Kinerja produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

- b. Apakah Kualitas Produk-FiturProduk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
- c. Apakah Kualitas Produk-Keandalanberpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
- d. Apakah Kualitas Produk-Kesesuaian Spesifikasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
- e. Apakah Kualitas Produk-Daya Tahan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
- f. Apakah Kualitas Produk-Kemampuan Melayani berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
- g. Apakah Kualitas Produk-Eстетika Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
- h. Apakah Kualitas Produk-Kualitas yang Dipersepsikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
- i. Apakah Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen
- j. Apakah Kualitas Produk (Kinerja Produk, Fitur Produk, Keandalan, Daya Tahan, Kemampuan Melayani, Estetika, Kualitas yang Dipersepsikan) dan Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

1.4.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian untuk mengetahui :

1. Apakah Kualitas Produk-Kinerja berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

2. Apakah Kualitas Produk-FiturProduk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Apakah Kualitas Produk-Keandalan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Apakah Kualitas Produk-Kesesuaian dengan SpesifikasiProduk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
5. Apakah Kualitas Produk-Daya Tahan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
6. Apakah Kualitas Produk-Kemampuan Melayani berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
7. Apakah Kualitas Produk-Eстетika Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
8. Apakah Kualitas Produk-Kualitas yang Dipersepsikan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
9. Apakah Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen
10. Apakah Kualitas Produk (Kinerja, Fitur, Keandalan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Daya Tahan, Kemampuan Melayani, Estetika, Kualitas yang Dipersepsikan) dan Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

1.5.Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Sebagai masukan bagi perusahaan dalam penentuan pengaruh kualitas produk dan merek terhadap kepuasan konsumen.

2. Untuk menambah pengetahuan bagi penulis sendiri dalam bidang manajemen pemasaran khususnya tentang berbagai merek produk dan kualitasnya terhadap kepuasan konsumen.
3. Sebagai bahan perbandingan bagi penelitian lanjutan dikemudian hari.