

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini banyak usaha berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan dengan adanya ide kreatif dan inovatif. Seiring dengan ide tersebut konsep pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada kepuasan konsumen. Pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk mencari keuntungan, tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran itu sendiri sudah harus dipikirkan sebelumnya, agar lebih tepat pada sasaran konsumen. Karena konsumen yang potensial akan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya faktor kualitas produk sehingga membuat konsumen merasa sangat puas dan lebih memilih produk kita dari pada produk pesaing yang lainya.

Boyd dan Kotler (2009 : 362) kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk kinerja *performance*, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk, dan juga *perceived quality* kesan produk. Produk dengan kualitas yang bagus dan terpercaya akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membelik produk tersebut.

Dengan adanya kualitas produk yang baik inilah yang akan membuat para konsumen puas dan percaya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh produsen. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan

dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band 1991). Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut Mowen 1995.

Dengan demikian ketika suatu produk memiliki kualitas baik dan semakin sering konsumen melakukan pembelian ulang serta semakin banyak jumlah konsumen yang membeli produk PCX 150 maka akan membuat tingkat penjualan Honda PCX 150 menjadi semakin meningkat. Dengan demikian Honda PCX 150 bisa menjadi lebih maju dan lebih baik lagi.

Sebuah produk yang di hasilkan oleh produsen menjadi berharga karena adanya nilai yang dipandang oleh konsumen, karena nilai yang terkandung dalam suatu produk akan memberikan kepuasan pribadi konsumen kepada konsumen dalam memanfaatkan produk tersebut. Nilai ini dapat bersumber dari citra atau merek barang tersebut, sejarah, reputasi produsen, dan lain lain.

Bila apa yang diinginkan oleh konsumen terpenuhi otomatis konsumen semakin puas. Produsen harus mempunyai strategi untuk meningkatkan kualitas produk, agar konsumen tetap membeli produk secara terus menerus. Pembelian terus menerus mengartikan bahwa konsumen memiliki loyalitas terhadap produk. Oleh karena itu produsen harus menjual kualitas produk mereka sesuai dengan harga layak. Berdasarkan pemikiran diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap**

Kepuasan Konsumen Honda PCX 150 (Studi Kasus Pada Pengguna Honda PCX 150 Di Kecamatan Kubu Babussalam Rokan Hilir).”

1.2 Indetifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah-masalah yang diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen
2. Pengaruh Pelayanan Produsen Terhadap Kepuasan Konsumen
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

1.3 Batasan dan Rumusan Masalah

1.3.1 Batasan Masalah

Agar mempermudah pemecahan masalah yang dihadapi penulis, maka perlu dibuat pembatasan masalah yaitu : Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Honda PCX 150 (Studi Kasus Pada Pengguna Honda PCX 150 Di Kecamatan Kubu Basbussalam Rokan Hilir.

1.3.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

- a. Menambah wawasan serta pengalaman dalam kehidupan berbisnis dan mengetahui tentang bagaimana membuat konsumen puas terhadap kualitas produk
- b. Sebagai sarana untuk pengaplikasian berbagai teori yang di peroleh dari bangku kuliah
- c. Sebagai referensi dalam memecahkan masalah-masalah dalam berbisnis dimasa yang akan datang

2. Bagi Akademik

- a. Menambah pengetahuan dan sebagai bahan tambahan referensi untuk mahasiswa mahasiswi