

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dunia bisnis yang semakin hari semakin berkembang pesat dan persaingan-persaingan bisnis semakin tinggi membuat para pengusaha harus lebih gesit dalam menjalankan bisnisnya. Dalam rangka pemenuhan keinginan yang di harapkan pelanggan, para perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Kunci utama untuk mendapatkan keberhasilan dalam persaingan adalah dengan memberikan nilai lebih dari barang atau jasa yang di harapkan pelanggan melalui pelayanan yang baik dan penyampaian produk ataupun jasa yang berkualitas serta dengan harga yang bersaing. Untuk dapat memenuhi kepuasan dan harapan yang diinginkan pelanggan, perusahaan harus menjadi lebih berbeda dan lebih berkualitas dari para pesaing lainnya. Dengan menambahkan nilai lebih ini perusahaan dapat membina hubungan yang lebih baik dengan para pelanggan.

Salah satu faktor paling penting dalam keberhasilan suatu bisnis guna memenuhi kepuasan pelanggan adalah pemasaran. Bisa dikatakan, pemasaran adalah nyawa dari sebuah bisnis. Tanpa pemasaran, produk yang telah dirancang dan dibuat tidak akan diterima sepenuhnya oleh masyarakat. Tanpa ada penerimaan dan pembelian, otomatis bisnis tersebut akan mati. Strategi yang tepat dan jitu sangat diperlukan agar produk yang di hasilkan diterima dan dibeli oleh konsumen. Dan

dunia pemasaran adalah salah satu yang paling dinamis dalam sebuah bisnis. Hal ini akan sangat terasa jika dikaitkan dengan keadaan sekarang.¹

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sedikit banyak mengubah pola strategi pemasaran. Sebelum terciptanya internet, strategi pemasaran dilakukan secara manual dan terbatas. Pemasaran dengan model konvensional seperti itu, saat ini disebut dengan pemasaran offline. Namun ketika internet sudah lazim digunakan dan dimanfaatkan, pola strategi pemasaran menjadi masif dan besar. Model pemasaran tersebut saat ini disebut dengan pemasaran online.² Ketika eBay menyadari bahwa orang tidak mampu menemukan beberapa barang yang paling mereka inginkan, perusahaan tersebut menciptakan lelang online. Ketika IKEA menyadari bahwa orang menginginkan perabot yang bagus dengan harga yang lebih murah, perusahaan tersebut menciptakan perabot murah. Dua perusahaan ini menunjukkan kecerdasan pemasaran dan mengubah kebutuhan pribadi atau sosial menjadi peluang bisnis yang menguntungkan.³

Pentingnya pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui pelayanan maupun pemberian jasa atau produk adalah salah satu pengaruh terhadap pelanggan merasakan puas, banyak sekali pelanggan merasa tidak puas atau kecewa terhadap suatu perusahaan dikarenakan apa yang mereka inginkan tidak diberikan atau tidak sesuai harapan, oleh sebab itu sebuah perusahaan harus tahu apa saja yang diinginkan atau diharapkan oleh setiap pelanggan yang datang ketempat mereka

¹ Teguh Riyanto, “*Pemasaran Online vs Offline*”, <https://Zahiraccounting.com>, diakses tanggal 26 februari 2018

²*Ibid*

³ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, PT Gelora Aksara Pratama, 2008), Hlm. 5.

Perusahaan mukena yumna yang bergerak dibidang produk fashion mukena, dalam pelaksanaannya menggunakan strategi pemasaran secara online dan offline sejak tahun 2014 sampai sekarang, dalam setiap penjualan onlinenya perusahaan mukena yumna terlihat adanya ketidakstabilan dalam penjualannya. Seperti yang bisa dilihat dari tabel data penjualan selama dua tahun terakhir di perusahaan Mukena Yumna di bawah ini:

Tabel 1.1 Data penjualan Mukena tahun 2016 -2017

NO	BULAN	TAHUN			
		2016		2017	
		ONLINE	OFFLINE	ONLINE	OFFLINE
1	JANUARI	133	1	361	19
2	FEBRUARI	260	9	391	64
3	MARET	95	6	549	25
4	APRIL	220	23	717	58
5	MEI	846	73	1334	145
6	JUNI	2120	201	1109	180
7	JULI	192	45	215	41
8	AGUSTUS	239	29	237	30
9	SEPTEMBER	297	24	136	19
10	OKTOBER	261	73	141	35
11	NOVEMBER	409	18	95	27
12	DESEMBER	392	20	104	25
TOTAL		5464	522	5389	668

Sumber : Arsip Perusahaan Mukena Yumna

Dari uraian yang terjadi diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online di Perusahaan Perusahaan Mukena Yumna Kota Tasikmalaya”**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan online di perusahaan mukena yumna?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan online di perusahaan mukena yumna?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama - sama terhadap kepuasan pelanggan online di perusahaan mukena yumna?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan online di perusahaan mukena yumna
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan online di perusahaan mukena yumna
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan online di perusahaan mukena yumna

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan yaitu sebagai berikut :

1. Secara akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai manajemen

pemasaran sebuah perusahaan. Dan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan untuk menambah bahan kajian pustaka untuk dijadikan sebagai salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau pertimbangan bagi perusahaan mukena yumna untuk meningkatkan minat pelanggan terhadap produk mukena dengan memperhatikan kualitas produknya dan kualitas pelayanan agar dapat memenangkan persaingan.

3. Secara Umum

Dari hasil penelitian ini agar dapat menambah pengetahuan, pemahaman, wawasan, dan dapat memberikan informasi bagi pembaca mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk mukena yumna.