

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan yang didirikan pasti mempunyai suatu tujuan. Disamping mencari laba yang setinggi-tingginya, perusahaan juga mempunyai tujuan lain yaitu mencapai kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka perusahaan perlu memperhatikan kegiatan-kegiatan perusahaan, yang meliputi produk yang dihasilkan, promosi penjualan, harga bersaing, serta saluran distribusi yang tepat.

Selain mempunyai misi perusahaan juga mempunyai visi yang harus dilakukan yaitu menghasilkan desain produk yang berkualitas serta penetapan harga yang tepat dan layak dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hal itu dapat dilakukan dengan pemilihan bahan baku yang bagus dan tepat (dalam arti bahan baku banyak tersedia dan proses pengolahannya mudah, bahan baku tidak mudah rusak dll) tanpa mengurangi kualitas dari bahan baku tersebut sehingga produk yang dihasilkan mempunyai mutu dan kualitas yang baik.. Selain kualitas produk penetapan harga jual suatu produk juga perlu diperhatikan karena mengingat pendapatan masyarakat yang relatif kecil akan sangat berpengaruh terhadap volume penjualan produk yang dihasilkan (daya beli masyarakat akan suatu produk atau barang akan menurun) sehingga perlu dilakukan penekanan seminimal mungkin terhadap

penetapan harga jual atas produk yang dihasilkan hal itu dapat mendorong kelancaran pemasaran suatu produk agar sampai ketangan konsumen dalam jumlah dan waktu yang tepat dan layak.. Hal tersebut diatas yang menjadikan konsumen puas terhadap barang yang dikonsumsi.

Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin ketatnya persaingan perindustrian di negara ini serta dampak yang terjadi akibat dari kenaikan BBM yang melambung tinggi banyak konsumen yang menginginkan produk atau suatu barang dengan harga yang murah tanpa meninggalkan kualitas dari barang tersebut dan begitu pula sebaliknya jika perusahaan menetapkan standar penjualan barang dengan harga yang tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas dari barang itu sendiri maka barang atau produk yang ditawarkan tidak laku di pasaran. sehingga tujuan perusahaan tidak dapat tercapai atau akan dapat mendatangkan kerugian bagi perusahaan. Adapun yang dilakukan perusahaan dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan adalah dengan memproduksi suatu produk atau barang dengan mutu dan kualitas yang tinggi dengan diimbangi penetapan harga yang sesuai dengan kondisi dipasaran (d disesuaikan dengan pendapatan masyarakat). Ataupun atas dasar perusahaan ingin memuaskan para konsumen yang berlangganan atau karena adanya komplain atau kritikan dari konsumen.

Berdasarkan latar belakang inilah penulis menyusun skripsi dengan judul *“ANALISIS PENGARUH HARGA JUAL ,DESAIN DAN KUALITAS*

*PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN CV  
KARYA MINA PUTRA REMBANG..*

**B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara variabel harga jual, desain, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen ?
2. Diantara faktor harga, desain dan kualitas produk faktor mana yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel harga, desain, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk mebel.
2. Untuk mengetahui faktor- faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

**D. Manfaat Penelitian**

1. Berguna sebagai bahan pertimbangan dalam penempatan dan kebijakan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan produk mebel pada perusahaan mebel CV Karya Mina Putra..
2. Sebagai salah satu acuan keilmuan yang ada hubungannya dengan marketing Mix dalam pembelian produk.

## **E. Sistematika Skripsi**

### **BAB I : PENDAHULUAN.**

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penyusunan skripsi.

### **BAB II : LANDASAN TEORI.**

Bab ini memberikan pengertian pemasaran, konsep dan orientasi pemasaran pada konsumen, strategi pemasaran, pengertian perilaku konsumen, teori-teori perilaku konsumen, model perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, implikasi perilaku konsumen pada strategi pemasaran, pengertian penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, dan implementasi harga, disain, kualitas produk dan pengaruh harga jual, disain, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.**

Bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, hipotesa, obyek penelitian, disain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisa data.

### **BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN.**

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, serta data yang diperoleh, analisa data, hasil dan pembahasannya.

## BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dan saran yang bagi manajemen perusahaan untuk bahan pertimbangan keputusan.