

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Seiring dengan pesatnya perkembangan zaman persaingan dalam usahapun semakin keras antara pengusaha – pengusaha yang bergerak di bidangnya masing – masing. Para pengusaha tersebut mengharapkan keuntungan yang maksimal dengan berbagai macam cara, terutama dalam memenuhi kebutuhan para konsumennya sehingga di harapkan konsumennya akan puas.

Dalam hal ini peranan pemasaran menjadi sangat penting, sehingga para pemasar diuntut untuk memahami dengan baik apa yang harus di lakukan sebagai pemasar. Mulai dari memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumennya dengan tujuan menghasilkan kepuasan pada konsumen.

Pemasaran tidaklah sekedar bagaimana menyampaikan produk dari produsen ketangan konsumen semata, akan tetapi juga bagaimana menyampaikan produk tersebut dengan harga dan mendapatkan kepuasan yang optimal. Dengan terpenuhinya kepuasan konsumen inilah perusahaan akan memperoleh laba, dari laba tersebut perusahaan dapat semakin berkembang dan dapat mempertahankan eksistensinya dalam dunia perdagangan.

Indriyanto (2007:3) menyatakan bahwa, kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dalam perbedaan antara kinerja yang ia rasakan dengan harapan. Kotler juga menyebutkan bahwa konsumen akan mengalami salah satu dari tiga tingkatan kepuasan umum. Pertama, jika kinerja di bawah harapan, konsumen tidak puas. Kedua, jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan puas. Ketiga, kinerja melampaui harapan, konsumen akan merasakan sangat puas.

Dari kutipan di atas dapat diambil kesimpulan, yaitu apapun yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen, akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Sehingga perusahaan harus dapat mengerti apa saja yang diinginkan oleh konsumen, agar konsumen dapat merasakan kepuasan yang optimal. Ketika perusahaan mampu menciptakan kepuasan dalam diri konsumen maka dengan sendirinya perusahaan akan mendapatkan konsumen yang loyal sebagai pelanggan setia.

Nasution (2001:15), kecocokan pengguna suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, meningkatkan citra atau status konsumen yang memkainya, tidak mudah rusak, adanya jaminan kualitas (*quality assurance*), dan sesuai etika bila di gunakan.

Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk pada suatu perusahaan dalam memuaskan keinginan konsumen dapat menjadi salah satu penilaian konsumen untuk mempertimbangkan sebelum menjadi konsumen yang loyal.

Oleh karena itu berbagai perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kemampuannya dalam melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini menjadikan pihak perusahaan harus mampu untuk

menghasilkan dan menjaga kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik. Kualitas pelayanan dan kualitas produk yang di berikan perusahaan akan menimbulkan adanya rasa puas atau tidak puas pada pelanggan. Seperti halnya yang terdapat dalam Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam usaha memuaskan para konsumennya Koperasi Universitas Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta terlebih dahulu harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta bagaimana konsumen dapat berminat pada suatu produk yang di jual oleh koperasi tersebut. Dalam hal ini koperasi harus mengetahui faktor apa saja yang dapat memberikan alasan mengapa seseorang membeli barang dan jasa tersebut, selain jenis dan sifat produk tersebut.

Untuk mengetahui apakah koperasi telah memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas pada pelanggannya?, dan adakah pengaruhnya dalam kepuasan pelanggan?, maka perlu adanya penelitian terhadap para pelanggan untuk mengetahui mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Melihat latarbelakang permasalahan di atas, maka penulis mengambil judul untuk penelitiannya yaitu, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA”

## B. Identifikasi Masalah

Banyaknya persaingan antar perusahaan khususnya perusahaan di bidang perkoperasian guna mencapai kepuasan pelanggan, yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk pada perusahaannya. Penjabaran latarbelakang masalah diatas, muncul masalah yang diidentifikasi yaitu :kepuasan pelanggandi pengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal dan faktor eksternal yangdidalamnya termasukkualitas pelayanan dan kualitas produk.

## C. Pembatasan Masalah

Agar dalam penelitian ini dapat mencapai sasaran dan tujuan yang diharapkan secara optimal, maka perlu adanya pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pelanggan Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang dalam waktu seminggu melakukan transaksi jual beli minimal 3 kali.
2. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi :keandalan (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), empati (*empathy*), bukti lansung / fisik (*tangibles*), dan jaminan (*assurance*).
3. Kualitas produk dalam penelitian ini meliputi :*performance, reliability, featur* atau fitur, *durability* atau keawetan, dan *conformance*.

4. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini meliputi : fitur produk dan jasa, emosi pelanggan, atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa, dan persepsi terhadap kewajaran dan keadilan (*equity and fairness*).

#### **D. Perumusan Masalah**

Menurut Sugiyono (2006:55) “rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data”. Oleh karena itu penting adanya perumusan masalah dalam suatu masalah dan ketika perumusannya telah jelas, maka akan mempermudah dalam penyelesaian masalah.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas , maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta ?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta ?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama – sama terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta ?

## **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta .
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta .
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama – sama terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian yang diharapkan penulis dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah pengetahuan bagi peneliti selanjutnya, khususnya mengenai “pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan”.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Koperasi tersebut untuk dapat melihat pengaruh kualitas pelayanan

dan kualitas produk yang diberikan terhadap kepuasan yang di peroleh pelanggan, sehingga dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam penentuan kebijakan perusahaan yang akan datang.

b. Bagi Pelanggan

Dengan penelitian ini diharapkan pelanggan mendapat pengetahuan yang lebih mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik .

c. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan peneliti memperoleh wawasan dan pengetahuan mendalam tentang penelitiannya.

d. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, arsip, dan tambahan pengetahuan dan wawasan bagi Universitas Muhammadiyah Surakarta.