

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Suatu merek memberikan berbagai macam petunjuk bagi para pelanggan, termasuk di dalamnya bisnis, budaya, penampilan, proses pekerjaan, dan juga trademark. Sekali suatu merek diterima oleh konsumen, maka pemasaran produk jasa akan lebih mudah diterima. Ketika hampir semua perusahaan menawarkan produk yang hampir seragam, maka kualitas, identitas, dan merek perusahaan menjadi hal yang sangat penting untuk membedakannya dengan produk lainnya. Evawati (2012).

Eiger adalah Produk Industri atau yang dikenal sebagai produk manufaktur dan retail peralatan petualangan alam terbuka yang terbesar di Indonesia. Produk Eiger mulai di pasarkan di indonesia pada tahun 1993 oleh Ronny Lukito di Bandung. Pada awalnya nama Eiger, terinspirasi dari gunung Eiger, yakni gunung yang terletak di Bernese Alps, Swiss, berketinggian 3.970 m di atas permukaan laut. Perkembangan luar biasa khususnya dialami oleh Eiger, dengan merek yang kuat, bentuk desain logo yang sangat mudah dikenali oleh masyarakat, kini tersebar hampir diseluruh Indonesia.

Sebagaimana mestinya suatu bisnis pasti banyak produk lain yang memiliki jenis produk yang sejenis dengan eiger seperti Rei, Consina, Arcopodo, Cartenz sebagai perusahaan yang menawarkan produk yang sejenis.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Eiger Di Surakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen?
2. Apakah citra merek berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk pada kepuasan konsumen?
2. Menganalisis pengaruh citra merek pada kepuasan konsumen?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Bagi perusahaan

Memberikan masukan kepada Perusahaan Eiger untuk melihat kualitas dan citra merek terhadap kepuasan konsumen, sehingga nantinya dapat memberikan dampak positif.

2. Bagi akademis

Sebagai referensi ilmiah bagi penulisan lebih lanjut pada masalah yang berkaitan.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini berisi uraian mengenai landasan teori yang melandasi penelitian ini, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, definisi oprasional variabel, penentuan sampel, serta model analisis yang digunakan.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai gambaran umum perusahaan, analisis, dan hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.