

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PT. REKACIPTA TEHNINDO PERKASA
DI BATUR KLATEN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

HENDRA JAYA TRISUTRISNA
B 100 060 144

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pengetahuan tentang harga dan kualitas produk merupakan kunci bagi kesuksesan suatu perusahaan. Di era sekarang ini banyak usaha-usaha baru yang bermunculan, dengan munculnya perusahaan pesaing seperti itu otomatis akan mengakibatkan persaingan yang ketat dalam memperoleh konsumen maupun mempertahankan pelanggan. Untuk mengatasi persaingan suatu perusahaan harus mampu menciptakan pemikiran baru, produk baru dan kompetisi baru sehingga perusahaan mampu bersaing ketat dengan para pesaing (*competitor*). Kebutuhan dan keinginan pelanggan dewasa ini semakin meningkat dan beraneka ragam sehingga produsen semakin sulit untuk memuaskan kebutuhan pelanggannya.

“Intensitas pesaing berskala global menuntut penggeseran dasar dalam dunia bisnis. Misi dasar suatu bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan mencipta dan menambah nilai (*value creation and value adding*) bagi para pelanggan. Laba merupakan konsekuensi vital dari proses penciptaan dan penambahan nilai. Dengan demikian, laba lebih merupakan hasil atau akibat ketimbang tujuan”, (Tjiptono, 1997: 118).

Para konsumen dalam meraih kepuasan suatu produk dipengaruhi oleh dua factor yaitu harga dan kualitas produk. Dalam kegiatan jual beli dalam

masyarakat harga merupakan salah satu factor yang paling sensitif dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Menurut Swastha dan Irawan (2001: 241) menyatakan bahwa “Harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya”.

Suatu perusahaan tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen, tapi berusaha melakukan perbaikan terus-menerus atas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan pada setiap lini produk.

Perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas agar pelanggan merasa puas. Karena, jika pelanggan tidak merasa puas akan produk perusahaan tersebut akan berakibat fatal. Mereka akan meninggalkan perusahaan dan mencari perusahaan lain yang memiliki produk yang berkualitas lebih baik.

Maka dari itu suatu perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas produk mereka, sebagai usaha penguasaan pasar, sehingga konsumen tetap setia menggunakan produk mereka.

Menurut (Tjiptono, 1997: 22) menyatakan bahwa produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta , dicari, dibeli, disewa, digunakan atau dikonsumsi pasar (baik pasar konsumen akhir maupun pasar industrial) sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”.

Berdasarkan definisi tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud produk tidak hanya sesuatu yang berwujud sehingga bisa dilihat, disentuh, dicium, dirasa seperti; makanan, pakaian, minuman, sepatu, sepeda, dll. tetapi juga sesuatu yang tak berwujud seperti jasa. Seperti yang disebutkan oleh Tjiptono (1997: 22-27) dibawah ini yang mengklasifikasikan produk kedalam dua kelompok yaitu; barang (*goods*) dan jasa (*service*). Selain perusahaan menciptakan produk atau jasa yang berkualitas, perusahaan harus dapat mempertahankan pelanggannya agar mau membeli ulang atas produk saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Dalam upaya mempertahankan pelanggan suatu perusahaan juga harus mempertahankan kualitas produknya tersebut tidak kurang sedikitpun bukan berarti apabila produknya laku di pasaran terus perusahaan mengurangi bahan atau material agar memperkecil pengeluaran dana dan mengakibatkan kualitas produk lama kelamaan menurun dan menjadi buruk, apabila itu terjadi pelanggan lama-kelamaan kecewa dengan produk perusahaan itu dan berpindah kepada perusahaan lain.

Tingkat kepuasan para konsumen atau pelanggan sangat tergantung pada kualitas produk itu sendiri. Kepuasan pelanggan adalah hal yang paling terpenting dan menjadi tujuan utama dari semua perusahaan, sebagai motivasi untuk menciptakan langkah kreatif, inovatif untuk meraih kesuksesan suatu perusahaan kedepannya.

Menurut Blackwell, (1997: 3) menyatakan bahwa:

“Usaha memberikan produk yang baik kepada pelanggan yang luas cakupannya ini mendorong penciptaan inovasi baru dan terdepan, yang akan memastikan perusahaan yang bersangkutan untuk terus tumbuh dan menguntungkan.”

Melihat PT. Rekacipta Tehnindo Perkasa merupakan perusahaan manufaktur dimana kepuasan konsumen merupakan factor yang terpenting bagi bisnis ini, maka penelitian terhadap harga dan kualitas produk perlu kiranya dilakukan evaluasi dalam upaya untuk meningkatkan kualitas produk dengan tujuan adanya peningkatan mutu produk dan untuk jangka panjang mempertahankan konsumen atau pelanggan. Oleh karena itu penulis terdorong untuk melakukan analisa terhadap kepuasan konsumen dari segi harga (*price*) dan kualitas produk (*product quality*).

Dengan latar belakang masalah tersebut maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Rekacipta Tehnindo Perkasa di Batur Klaten”**

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka perusahaan maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PT. Rekacipta Tehnindo Perkasa?

2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Rekacipta Tehnindo Perkasa?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Rekacipta Tehnindo Perkasa?
4. Antara harga dan kualitas produk manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen PT. Rekacipta Tehnindo Perkasa ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan diadakan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PT. Rekacipta Tehnindo Perkasa.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Rekacipta Tehnindo Perkasa .
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Rekacipta Tehnindo Perkasa.
4. Untuk mengetahui sejauh mana kedua faktor tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

D. MANFAAT PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Sebagai tambahan pengetahuan dan untuk memperoleh gambaran nyata antara teori perkuliahan dengan realitas.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan pada perusahaan untuk kebijakan masa yang akan datang, terutama dalam masalah harga dan kualitas produk agar dapat memuaskan pelanggan.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber acuan atau sebagai pembandingan penelitian sejenis.

E. SISTEMATIKA SKRIPSI

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pembahasan masalah dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang kepuasan konsumen, konsep kepuasan konsumen, strategi kepuasan konsumen, metode pengukuran kepuasan konsumen, tentang harga, tujuan dan strategi penetapan harga, faktor yang mempengaruhi tingkat harga, tentang kualitas produk, indikator, komponen kualitas produk, kerangka dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang obyek penelitian, variabel penelitian dan devinisi operasional variabel, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisa data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum PT. Rekacipta Tehnindo Perkasa di Batur Klaten, pengujian data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bagian terakhir dari skripsi ini yang berisikan tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh dari analisa yang digunakan.