

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi seperti di zaman sekarang ini, khususnya dalam dunia bisnis yang semakin pesat dapat menyebabkan dorongan di segala bidang. Efek samping dari fenomena tersebut adalah menyebabkan kondisi tingkat persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dalam dunia bisnis sangat tinggi. Tingkat persaingan yang tinggi dapat menyebabkan pasar yang kompetitif. Jadi, suatu perusahaan harus selalu melihat persaingan di seluruh lingkup bisnisnya. Konveksi adalah salah satu sektor bisnis yang sangat berkompetisi. Setiap proses produksi konveksi menjadi lebih mudah berkat kemajuan teknologi saat ini. Hal tersebut yang menyebabkan persaingan di bidang bisnis konveksi menjadi sangat tinggi seiring dengan perkembangan industri di Indonesia.<sup>1</sup>

Seperti yang disebutkan sebelumnya, dengan adanya perkembangan yang terjadi adalah hasil dari kemajuan teknologi dalam industri tekstil. Dengan jumlah pemesanan minimal puluhan bahkan ratusan pakaian. Banyak perusahaan melihat konveksi sebagai salah satu peluang bisnis yang dapat menjanjikan, karena omset yang didapatkan oleh pemilik dan profit yang optimal. Sehingga dalam persaingan ini, para pelaku bisnis harus memperhatikan keinginan pelanggan yang berubah dengan cepat. Sebagai akibatnya, penyedia layanan jasa harus mempertimbangkan kualitas layanan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>2</sup>

Untuk bersaing di industri konveksi, perusahaan harus bekerja lebih keras untuk mengembangkan ide-ide baru yang inovatif dan kreatif. Mereka juga harus tahu bagaimana mengelola berbagai sumber daya yang ada sehingga mereka dapat mencapai tujuan mereka. Kegiatan perusahaan terkait erat dengan

---

<sup>1</sup> Aden Ming and Kristina Sisilia, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konveksi Negri Vendor Bandung The The Effect Of Product Quality On Customer Satisfaction In The Vendor Of Bandung State Convection," n.d., <https://kemenperin.go.id/direktori-perusahaan>.

<sup>2</sup> Panzy Syaparilwadi and Aditya Wardhana, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Konveksi Fazry The Effect Of Quality Product Towards Customer Satisfaction In Fazry Clothing Company," n.d., <http://www.kemenperin.go.id/direktori-perusahaan>.

kegiatan produksi. Untuk memenuhi semua permintaan pasar, perusahaan harus melakukan kegiatan produksi. Kegiatan produksi tersebut harus dilakukan bersama dengan fasilitas produksi seperti bahan baku, tenaga kerja, mesin, dan lain-lain. Semua fasilitas produksi ini memiliki kapasitas yang terbatas dan membutuhkan biaya. Penggunaan fasilitas yang tidak tepat akan menyebabkan pemborosan pada biaya produksi, dan membuat perusahaan tidak dapat mencapai target produksinya, sehingga perusahaan harus dapat mengelola fasilitas produksi tersebut dengan baik.<sup>3</sup>

Konveksi merupakan usaha menengah industri rumahan yang memproduksi kebutuhan sandang seperti pakaian. Umumnya, usaha konveksi mendapatkan pesanan dalam jumlah yang besar seperti dalam jasa pembuatan baju dan sablon mulai dari kaos, kemeja, jaket, celana training dan lain-lain. Yang saat ini semuanya mengacu pada biaya bahan baku yang digunakan sebagai pertimbangan dalam pembuatan produk agar dapat dikenal oleh masyarakat. Daerah Jawa merupakan daerah yang sudah terkenal dikalangan masyarakat dengan bahan produksinya yang terjamin akan kualitas dan harganya yang terjangkau. Dalam hal ini pemesanan produksi yang dilakukan di konveksi, biasanya para konsumen memesan dengan kuantitas minimal selusin bahkan sampai ribuan kain dalam sekali produksi. Para konsumen dapat memesan produk yang diinginkan sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan, seperti memilih warna bahan, jenis bahan, jenis sablonan, warna sablonan, bahkan bentuk pakaian yang diinginkan.<sup>4</sup>

Kualitas pelayanan mengacu pada upaya untuk memastikan bahwa pelanggan merasa nyaman dan puas dengan layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan akan berdampak pada kepuasan pelanggan saat membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan

---

<sup>3</sup> Rizky Rosmadiana Indraswari, Maryanto, and Aryan Eka Prastya Nugraha, "Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Konveksi Amalika Kudus," *Seminar Nasional Keindonesiaan IV Tahun 2019*, 2019, 340–47, <https://conference.upgris.ac.id/index.php/snk/article/view/594/310>.

<sup>4</sup> Melysa Rahmola, Andi Juanna, and Zulfia K Abdussamad, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo," *JAMBURA* 5 (n.d.): 2022, <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>.

yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen agar lebih diminati oleh konsumen dan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.<sup>5</sup>

Di dalam kualitas produk terdapat kemampuan produk yang mencakup daya tahan, keahlian, kemajuan, kemudahan dalam proses pengemasan, dan reparasi produk serta ciri-ciri lainnya.<sup>6</sup> Jika suatu produk atau jasa yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas produk dikatakan sebagai kualitas yang sangat bagus atau ideal. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas produk dikatakan sebagai kualitas yang buruk. Perusahaan tidak dapat melakukan apa pun tanpa produk. Agar pemasaran produk berhasil, produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pembeli karena konsumen akan membeli produk jika mereka tertarik dan merasa cocok dengannya. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih berfokus pada permintaan pasar atau preferensi pelanggan. Dengan adanya kualitas produk yang baik akan membuat konsumen merasa puas dan terpercaya.<sup>7</sup>

Harga merupakan bagian penting dari proses penjualan dan juga merupakan faktor yang mempengaruhi seberapa puas pelanggan. Banyak bisnis mengalami kegagalan karena mematok harga yang terlalu tinggi, yang tidak sesuai dengan keuangan konsumen dan membuat konsumen tidak mau membeli. Bagi konsumen, harga merupakan faktor penting saat mereka membuat keputusan pembelian. Harga pada suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.<sup>8</sup> Harga mengkomunikasikan posisi nilai yang diharapkan dari produk atau merek perusahaan. Harga juga merupakan nilai total

---

<sup>5</sup> Hana Ofela, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 5 (2016): 1, <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/423/432>.

<sup>6</sup> Ofela.

<sup>7</sup> Yetty Husnul Hayati and Gracia Sekartaji, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo," *JIMFE* 1 (2015): 1, <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/article/download/455/372>.

<sup>8</sup> Febby Gita Cahyani, "Sonang Sitohang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya," 2016.

dari semua hal yang diberikan produsen kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan atau untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Konsumen terkadang berpikir bahwa harga yang tinggi belum tentu dapat memenuhi kebutuhan pelanggan namun, di sisi lain mereka percaya bahwa harga yang tinggi juga sebanding dengan kualitas produk.<sup>9</sup>

Para pembeli berhak mendapatkan informasi yang tepat tentang kesesuaian produk dengan harga dan penyesuaian produk dengan pelayanan terhadap produk atau jasa yang mereka beli, baik dari segi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan sebelum dan sesudah pembelian. Harapan konsumen yang lain yaitu mengenai potongan harga atau diskon serta kelayakan harga terhadap produk atau jasa yang dibelinya. Jika salah satu faktor yang tidak terpenuhi, misalnya layanan yang buruk, harga yang tidak sesuai, atau faktor lainnya, masalah kepuasan pelanggan akan muncul.<sup>10</sup>

Hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga di dasarkan pada hasil yang diperoleh saat penelitian yang dilakukan oleh Eka Giovana Asti dan Eka Avianti Ayuningtyas. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>11</sup>

Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Dian Yunitasari yang menunjukkan bahwa produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan pada restaurant KFC di Surabaya. Selain itu, produk merupakan variabel yang dominan terhadap kepuasan konsumen pada produk KFC.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Gita Cahyani.

<sup>10</sup> Ade Syarif Maulana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta Jln Arjuna Utara No and Kebon Jeruk Jakarta, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT," *TOI Jurnal Ekonomi*, vol. 7, 2016.

<sup>11</sup> Eka Asti and Eka Ayuningtyas, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen," *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1, no. 01 (January 21, 2020): 1–14, <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>.

<sup>12</sup> Dian Yunitasari and Marsudi Lestariningsih, "Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restaurant Kfc," 2016.

Dalam observasi yang saya lakukan di Konveksi Orarie Desa Wedarijaksa Pati, dimana dalam pengamatan saya terdapat salah satu tantangan yang dihadapi oleh Konveksi Orarie yaitu adanya keterbatasan karyawan untuk menyelesaikan pesanan yang banyak secara bersamaan dengan waktu yang telah ditentukan oleh konsumen.

Selama itu Konveksi Orarie telah mampu bersaing dengan Konveksi yang sejenis atau UMKM yang bergerak di bidang yang sama. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Mas Yudha selaku owner Orarie, beliau menyampaikan bahwa Orarie telah menerapkan strategi yang baik dan tepat dalam mempertahankan konsumen. Orarie selalu mengedepankan kualitas pelayanan dan kualitas produk, serta kepuasan konsumen dalam menjalankan bisnisnya. Namun, terkadang konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak Orarie. Ketidakpuasan tersebut dikarenakan adanya keterlambatan dalam pengiriman pesanan yang banyak secara bersamaan. Walaupun fasilitas yang diberikan sudah memadai, namun konsumen tetap merasa kurang puas dan nyaman karena pelayanan yang diberikan kurang maksimal. Tetapi hal tersebut tidak menjadikan Konveksi Orarie tidak di minati oleh masyarakat.<sup>13</sup>

Berdasarkan fenomena gap yang ditemukan, peneliti dapat mengetahui bahwa Konveksi Orarie adalah konveksi yang sudah dikenal secara luas dan sangat diminati oleh masyarakat sekitar, khususnya masyarakat Kota Pati. Meskipun ada konveksi yang serupa, Konveksi Orarie masih menjadi pilihan masyarakat Pati untuk sablon kaos, desain gambar, dan pembuatan kaos. Mas Yudha, pemilik menyampaikan langsung bahwa permintaan terus meningkat dari tahun ke tahun. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Konveksi Orarie untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dari pemaparan latar belakang diatas, peneliti memilih menjadikan Konveksi Orarie sebagai tempat penelitian. Karena Konveksi Orarie memiliki strategi yang baik dalam hal mempertahankan para pelanggannya. Sehingga, peneliti melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konveksi Orarie Di Desa Wedarijaksa Pati”**.

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Mas Yudha selaku Owner dari Konveksi pada Hari Selasa, 15 November 2022 pukul 11.30 WIB.

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati?
3. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah di atas, maka penelitian bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara relevan terhadap kepuasan konsumen pada konveksi orarie di Desa Wedarijaksa Pati.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara relevan terhadap kepuasan konsumen pada konveksi orarie di Desa Wedarijaksa Pati.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga secara relevan terhadap kepuasan konsumen pada konveksi orarie di Desa Wedarijaksa Pati.

**D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian merupakan salah satu manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang hendak di lakukan oleh pengarang. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bagaimana kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai dasar dan referensi untuk penelitian terkait lainnya, yang dapat membantu perkembangan ilmu.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kritik dan saran kepada Konveksi Orarie di Desa

Wedarijaksa Pati untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga agar konsumen merasa puas. Selain itu, penelitian ini juga akan mendorong Konveksi Orarie untuk menerapkan strategi baru agar pelanggan merasa puas dengan layanan yang mereka tawarkan.

## E. Sistematika Penulisan

Untuk menghasilkan penelitian yang sistematis dan ilmiah di masa mendatang. Tujuan dari penyusunan sistematis penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran luas dan garis besar dari setiap bagian atau hubungannya satu sama lain. Penulis akan menyusun penelitian ini dengan cara berikut :

### 1. Bagian Awal

Bagian awal ini yang mencakup halaman judul, halaman nota pembimbing, pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

### 2. Bagian Isi

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

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian dan metode penulisan skripsi dibahas dalam bab ini.

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

Dalam bab ini, teori yang mendukung penelitian dijelaskan dan dikaitkan dengan variabel X dan Y. Variabel-variabel ini mencakup kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen. Kemudian dibahas penelitian sebelumnya, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik serta analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan mengenai gambaran umum obyek penelitian, gambaran menyeluruh dari responden, analisis data serta pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan riset, dan saran.

**3. Bagian Akhir**

Bagian akhir ini meliputi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

