

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini dunia usaha sangat berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan oleh adanya ide yang semakin kreatif dan inovatif yang didukung dengan berbagai kemajuan teknologi. Seiring dengan ide tersebut tujuan pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada pemuasan kebutuhan konsumen. Pada umumnya setiap usaha mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan, tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Agar tujuan tepat pada sasaran pemasaran harus dipikirkan sebelumnya. Karena tidak sedikit pembeli potensial akan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya kualitas produk, kepuasan konsumen serta fasilitas yang ada sebelum memilih tempat yang dapat memberikan kepuasan tertinggi terhadap konsumen.

Pada saat ini persaingan bisnis menjadi sangat mengerikan. Apapun dilakukan oleh suatu perusahaan untuk bisa terus meningkatkan kualitas produk dan jasa yang mampu membuat perusahaan bisa terus bertahan. Seharusnya yang menjadi fokus sama perusahaan adalah konsumennya sendiri. Perusahaan harus tahu apa yang yang dibutuhkan konsumen dan bagaimana membuat konsumennya menjadi puas. Jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen akan meninggalkan perusahaan dan berpindah ke perusahaan pesaing yang lain. Hal ini dapat menyebabkan kerugian yang besar bagi perusahaan. Dengan demikian perusahaan

harus mampu mengetahui atribut-atribut apa saja yang dapat memuaskan atau yang tidak dapat memuaskan konsumen.

Menurut (Dutka,1994), terdapat atribut-atribut pembentuk kepuasan diantaranya adalah *attributes related to the products*, *attributes related to the service*, dan *attribute related to the purchase*. Penggunaan atribut-atribut tersebut dikarenakan atribut-atribut dapat memuat bagaimana pelanggan menilai suatu produk atau layanan ditinjau dari pihak pelanggan.

Atribut produk (*Attributes related to the products*), yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh badan usaha. Atribut yang berkaitan dengan produk tersebut meliputi *Value-price relationships*, *product quality*, *product benefit*, *product feature*, *product design*, *product reliability and consistency*, and *range a product or service*.

Atribut layanan (*Attributes related to the service*), yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan layanan yang diberikan oleh badan usaha. Atribut yang berkaitan dengan layanan meliputi *guarantee*, *delivery*, *complaint handling*, and *resolution of problem*.

Atribut pembelian (*Attribute related to the purchase*), yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan tingkat pembelian konsumen terhadap suatu produk. Atribut yang berkaitan dengan pembelian meliputi *communication*, *courtesy*, *ease or convenience acquisition*, *company reputation*, and *company competence*.

Tercapainya kepuasan konsumen merupakan tujuan utama bagi perusahaan selain mencari keuntungan. Dengan memberikan kepuasan kepada konsumen

maka diharapkan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kuantitas frekuensi kedatangan konsumennya.

HS Silver adalah salah satu badan usaha kerajinan perak yang terletak di Kotagede Yogyakarta dan sekaligus salah satu toko perak terbesar yang ada di Kotagede. Berbagai macam jenis perak ada disini dengan mengikuti perkembangan zaman dan tidak juga meninggalkan bentuk-bentuk masa lalu. Karena untuk menyediakan konsumen yang memiliki berbagai kesukaan dan hobi. Untuk memperluas usahanya HS Silver membuka cabang di Bali. Sebagai perusahaan yang dibangun di daerah, perkembangan HS Silver ini termasuk bagus. Masyarakat sekarang ini baik wanita maupun laki-laki semakin peduli akan gaya dan penampilannya.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Petra Surya Mega Wijaya dan Debora S. Suradal (2009). Dalam penelitian tersebut mengenai pengaruh Atribut Produk, Atribut Layanan, dan Atribut Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen BEE'S Family Resto di Galeria Mall Yogyakarta, penelitian tersebut mengukur kepuasan dengan variabel atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian. Hasil penelitiannya menunjukkan penilaian yang baik dan terdapat hubungan pengaruh positif yang signifikan antara atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian terhadap kepuasan konsumen BEE'S Family Resto.

Mengangkat pentingnya tingkat atribut-atribut kepuasan dan kepuasan konsumen maka judul penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah **“Pengaruh Atribut Produk, Atribut Layanan, Atribut pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengrajin Perak HS Silver Kotagede Yogyakarta”**.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi wilayah permasalahan pada tingkat atribut-atribut kepuasan dan kepuasan konsumen. Subyek penelitian adalah para pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Pengrajin Perak HS Silver Kotagede Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut, peneliti mencoba menganalisis permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah atribut produk (*Attributes Related to the Product*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pengrajin Perak HS Silver Kotagede Yogyakarta?
2. Apakah atribut layanan (*Attributes Related to the Service*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pengrajin Perak HS Silver Kotagede Yogyakarta?

3. Apakah atribut pembelian (*Attributes Related to the Purchase*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pengrajin Perak HS Silver Kotagede Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh atribut produk (*Attributes Related to the Product*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pengrajin Perak HS Silver Kotagede Yogyakarta.
2. Untuk menguji pengaruh atribut layanan (*Attributes Related to the Service*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pengrajin Perak HS Silver Kotagede Yogyakarta.
3. Untuk menguji pengaruh atribut pembelian (*Attributes Related to the Purchase*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pengrajin Perak HS Silver Kotagede Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat akademis, menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya tentang atribut-atribut pembentuk kepuasan dan kepuasan konsumen dan dapat digunakan

sebagai bahan pembanding dalam kepustakaan bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian khususnya tentang atribut kepuasan dan kepuasan konsumen.

2. Manfaat praktis, berguna untuk memberikan informasi pada Toko Perak HS Silver Kotagede Yogyakarta sebagai bahan pertimbangan untuk menjaga kualitas dan strategi bisnis dalam dunia usaha bidang kerajinan perak khususnya di Yogyakarta.