

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Alur hidup perusahaan melewati tahap-tahap dimana suatu perusahaan sebelum mengalami kedewasaan/mapan harus melewati tahap pertumbuhan. Perusahaan dalam tahap dewasa/mapan sangat wajar apabila mengalami tahap kemunduran. Terlepas dari faktor alam/bencana, politik serta ekonomi negara, perusahaan sangat mungkin untuk mempertahankan tahap kedewasaan perusahaan tersebut tentunya dengan strategi-strategi manajerial. Perusahaan harus mampu mengelola perusahaan sedemikian rupa sehingga tahap kedewasaan perusahaan mampu dipertahankan dalam kurun waktu yang panjang atau bahkan kontinyu.

Manajer pemasaran harus menilai penting kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan, dalam hal kepuasan konsumen terhadap produk suatu perusahaan maka ada berbagai variabel pembentuk kepuasan konsumen diantaranya citra, nilai, kualitas pelayanan, kualitas persepsian dan sistem pengiriman barang.

Berbagai penelitian terhadap kepuasan konsumen menyebutkan bahwa variabel-variabel diatas merupakan variabel pemicu terjadinya kepuasan konsumen. Penelitian pada tiga paket perjalanan wisata di Norwegia yang meneliti loyalitas pelanggan dengan menyertakan uji pengaruh langsung

citra adalah prediktor penting bagi kepuasan konsumen (Andreassen dan Lindestad, 1998). Pada penelitian yang menguji pengaruh citra, kualitas persepsian, nilai dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada industri perhotelan di Yogyakarta meneliti hubungan langsung variabel citra, kualitas persepsian dan nilai terhadap kepuasan konsumen dan menghasilkan kesimpulan bahwa citra, kualitas persepsian dan nilai secara positif berpengaruh pada kepuasan konsumen (Dyah,2003).

M.F. Shellyana Junaedi (2003) dalam penelitiannya tentang loyalitas terhadap merek, kepuasan konsumen diposisikan sebagai variabel mediasi antara kualitas jasa dan loyalitas, sehingga kualitas jasa diuji pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari uji yang dilakukan menyebutkan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas jasa dalam penelitian ini diartikan sebagai seluruh pelayanan yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen, sama dengan kualitas pelayanan dalam rencana penelitian ini.

Penelitian M. Wahyuddin & Ambar Muryati (2001) tentang pengaruh produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Klaten menunjukkan hasil bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Sistem pengiriman produk merupakan variabel prediktor kepuasan konsumen, hal ini sejalan dengan teori bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terdiri dari sistem pengiriman produk, performa produk, citra nilai dan prestasi karyawan dan pricing (Cronens, 1996)

Perusahaan yang menspesialisasikan kegiatan usahanya yaitu memasarkan produk dengan target pasar yang sangat sempit dan tipe pasar berdasarkan waktu akan sangat sulit mencapai kedewasaan, sebagai contoh perusahaan penjual nisan. Nisan merupakan produk yang hanya akan dikonsumsi pada situasi dan waktu tertentu misalnya kematian, perbaikan makam dan pembangunan makam. Target pasar perusahaan pemasar nisanpun sangat sempit, yaitu konsumen dengan kebudayaan dan keinginan dimana nisan dirasa perlu dan diperbolehkan untuk dipasang pada makam keluarganya yang telah meninggal dunia

Kotler (2000) menyebutkan bahwa perusahaan pemasar produk harus memperhatikan kepuasan konsumen dalam aplikasi pemasarannya, demikian pula dengan perusahaan pemasar nisan, kepuasan konsumen tetap harus diperhatikan meskipun produk yang dipasarkan dapat bersifat kebutuhan primer dalam situasi tertentu.

Industri nisan Candi Luhur merupakan salah satu perusahaan dengan spesialisasi produk yaitu nisan. Perusahaan yang terletak di Wonosari ini telah melakukan aktivitas pemasaran selama 25 tahun. Perusahaan pemasar produk harus memperhatikan kepuasan konsumen dalam aplikasi pemasarannya, demikian pula dengan perusahaan Candi Luhur yang masa operasionalnya cukup lama juga harus memperhatikan kepuasan konsumen dalam pemasaran produknya. Kepuasan konsumen sendiri berdasar penjabaran sebelumnya diprediksi dipengaruhi oleh variabel citra, nilai, kualitas pelayanan, kualitas pelayanan dan sistem pengiriman produk

Penulis berkeinginan untuk mengetahui apakah citra, nilai, kualitas pelayanan, kualitas persepsian dan sistem pengiriman produk perusahaan Candi Luhur merupakan variabel prediktor kepuasan konsumen. Berdasarkan keinginan tersebut peneliti sangat tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai kepuasan konsumen dengan judul “Analisis Faktor-faktor Kepuasan Konsumen Pada Produk Nisan Perusahaan Candi Luhur Wonosari”

B. Batasan Masalah Penelitian

Penulis memfokuskan penelitian dengan batasan masalah sebagai berikut :

1. Konsumen adalah orang yang telah membeli produk nisan keramik Perusahaan Candi Luhur Wonosari.
2. Variabel yang digunakan untuk uji kepuasan konsumen terbatas pada variabel citra, nilai, kualitas pelayanan, kualitas persepsian dan sistem pengiriman produk. Variabel-variabel pembentuk kepuasan konsumen lainnya seperti prestasi karyawan, performa produk (Cravens, 1996) tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Penulis menilai bahwa responden akan susah menjawab pertanyaan berkaitan dengan prestasi karyawan, sedangkan performa produk tidak dimasukkan dalam penelitian ini karena penulis menganggap produk nisan yang sifat konsumsinya tidak memerlukan keterlibatan konsumen tidak terlalu memicu pendapat pasca pembelian bagi sebagian konsumen. Penulis hanya mengukur produk melalui dimensi sistem pengiriman barang dimana variabel ini lebih

mudah diukur karena konsumen secara langsung terlibat serta merasakan manfaat yang diberikan dan sistem pengiriman barang sendiri merupakan salah satu keunggulan yang ditawarkan perusahaan.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Apakah citra, nilai, kualitas pelayanan, kualitas persepsian dan sistem pengiriman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

D. Tujuan Penelitian

Menguji pengaruh citra, nilai, kualitas pelayanan, kualitas persepsian dan sistem pengiriman produk terhadap kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

1. Penulis berharap bahwa hasil dari penelitian ini akan memberikan kontribusi teori bagi studi kepuasan konsumen dan variabel yang mempengaruhinya.
2. Penulis berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan tentang kepuasan konsumen kepada praktik manajerial perusahaan Candi Luhur dan perusahaan sejenis