

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam mengatasi persaingan bisnis harus memberikan kualitas produk maupun jasa yang diinginkan pelanggan. Saat ini, perusahaan telah berusaha menyediakan produk maupun jasa untuk pemenuhan keinginan pelanggan diantaranya, dengan memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang sesuai. Tetapi, pada kenyataannya sampai sekarang banyak dijumpai perusahaan yang belum bisa memberikan produk maupun jasa yang belum maksimal dalam pemenuhan keinginan pelanggan. Melihat kondisi yang demikian, banyak pesaing yang memanfaatkan peluang tersebut dengan membuat produk yang lebih unggul dan pelayanan yang lebih baik. Dalam hal ini, perusahaan harus bisa menyesuaikan guna mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi pada dunia bisnis. Perubahan itu bisa berupa inovasi-inovasi produk yang akan diberikan kepada pelanggannya atau bisa dengan kualitas pelayanan yang baik, hal tersebut bisa membuat pelanggan akan terpuaskan dan berdampak pada *profit* perusahaan itu sendiri.

Kepuasan merupakan rasa puas maupun ketidakpuasan seseorang yang timbul sesudah membandingkan ekspektasi terhadap kinerja suatu produk dengan kenyataannya.¹ Rasa puas yang tinggi dapat menjadikan kebahagiaan seseorang dengan produk yang diterima. Berdasarkan pendapat tersebut kepuasan sangatlah erat berhubungan atas dua hal yaitu keinginan pelanggan dan kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah kesamaan antara ekspektasi dengan kenyataannya yang dialami sama. Pelanggan yang merasa puas dengan barang dan layanan suatu perusahaan tersebut, maka dapat memakai secara berulang dan bisa merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini dapat

¹ Ari Prasetyo, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”, *Management Analysis Journal* 1 , No. 4 (2012): 2.

mengakibatkan kepuasan pelanggan adalah factor terpenting untuk memenangkan persaingan bisnis saat ini.²

Atribut produk merupakan pengembangan suatu produk atau jasa yang mengakibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan kepada pelanggan, manfaat tersebut diberikan melalui atribut produk yang terdiri dari mutu, karakteristik dan desain dari konsep produk tersebut. Atribut produk yang diberikan kepada pelanggan harus semenarik mungkin sehingga pelanggan semakin puas dengan produk yang perusahaan hasilkan. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan agar mempertahankan atribut produk maka perusahaan memperhatikan kualitas, fitur, serta desain produk yang diberikan kepada pelanggan. Penyampaian inovasi-inovasi terhadap konsumen dengan menciptakan produk yang baru, sehingga para pelanggan akan melakukan pembelian.³

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian dan keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴ Pelayanan yang bisa pembeli merasa puas adalah dengan pelayanan yang baik, sopan, dan ramah. Pendorongan utama dari kesetiaan pelanggan dimana adanya pelayanan yang berkualitas tentunya akan meningkatkan kepuasan yang diterima dari jasa yang telah terjual. Semakin nilai fasilitas itu baik sehingga semakin banyak pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Hal ini, dapat mendorong pelanggan datang ke galeri kembali.⁵

² Inka Janita Sembiring dkk, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald’s MT. Haryono Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 15, No.1 (2014): 4.

³ Dian H. Utama dan Fitri Amelia, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk The Celup Sosro dan 2 Tang (Survei Pada Pelanggan The Celup di Griya Pahlawan dan Giant Pasteur Bandung)”, *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 8, No. 16 (2009): 32

⁴ Mariska Pradnya Paramitha dan Fatin Fadhilah Hasib, “Analisis Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Rabbani Di Bunker Rabbani Pucang Surabaya”, *JESTT* 1, No. 6 (2014): 381.

⁵ Rini Afrianti dan Zulkifli, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry di Kota Pariaman”, *Jurnal Menara Ilmu* XI Jilid 2, No.78 (2017): 153

Sejalan penelitian yang dilakukan oleh Ade Syarif Maulana dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Total Oil Indonesia” menurutnya kualitas pelayanan *berdampak positif* dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan⁶. Perihal tersebut, membuktikan bahwa kualitas pelayanan sangatlah berpengaruh dalam menjaga kepuasan pembeli agar pembeli tersebut setia kepada perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Nokma Aditya Nugroho, dkk. (2015) memakai tema “ Pengaruh atribut produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Survei pada Counter Perdana di Gresik)” menurut analisis tersebut atribut produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.⁷ Selain, memberikan pelayanan yang baik atribut produk juga penyebab yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Analisis yang dilakukan oleh Dhita Tresyia dkk, (2018) dengan judul “ Pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ojek online GO-JEK di Kota Kediri “ pada penelitian tersebut terdapat hasil kualitas pelayanan *tiada pengaruh* terhadap kepuasan konsumen para pengguna ojek *online* Go-Jek di Kota Kediri,⁸ disebabkan kecepatan dan kedisiplinan dari layanan Go-Jek belum mencukupi. Padahal, kualitas pelayanan sangat penting diperusahaan karena kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Di era modern saat ini, bisnis *fashion* muslimah di Indonesia sedang populer diberbagai daerah. Penduduk Indonesia yang mayoritasnya muslim, untuk tidak ketinggalan dalam hal tren *fashion*. Kebutuhan pelanggan muslim yang dibutuhkan adalah hijab dan perlengkapannya. Berbagai kalangan berlomba-lomba untuk mendirikan usaha dibidang

⁶ Ade Syarif Maulana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Total Oil Indonesia, *Jurnal Ekonomi* 7, No. 2 (2016): 113

⁷ Nokma Aditya Nugroho dkk, “ Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Counter Perdana di Gresik)”, *Jurnal Adminisrasi Bisnis (JAB)* 20, No. 1 (2015):1.

⁸ Dita Tresyia, ddk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri”, *JIMEK* 1, No. 2 (2018): 221.

fashion ini. Banyak *brandfashion* yang muncul menduduki pasar Indonesia pada saat ini seperti Elzatta, Zoya, Rabbani dan sebagainya. Disini peneliti ingin mengambil obyek pada Elzatta Hijab Galeri Kudus. Elzatta merupakan usaha *fashion* muslim yang berdiri pada tahun 2011 terpusat di Kota Bandung, Jawa Barat yang dibangun oleh Elidawati. Elzatta berdiri dibawah naungan PT. Zatta Mulya. Seperti *style* hijabnya wanita Indonesia Elzatta mempunyai kesan dengan memakai atribut produk yang berkualitas sehingga berbeda dengan yang lainnya.⁹ Salah satu kota yang ada galeri Elzatta ialah Kudus, Lokasi yang berada di pusat kota sehingga letak yang strategis membuat banyak pelanggan yang ingin datang ke Galeri Elzatta Kudus. Penyebaran 250 galeri diberbagai kota di Indonesia, Elzatta juga harus bisa tetap memuaskan pelanggannya dengan cara memahami keinginan pelanggan. Permasalahan kepuasan pelanggan akan muncul jika berbagai factor yang tidak terpenuhi, sehingga pelanggan tersebut tidak merasa puas, dari hasil penelitian terdapat pelayanan yang buruk yang dirasakan oleh beberapa pelanggan. Semua pelanggan berharap pelayanan yang baik dari produk yang mereka beli, baik dari pelayanan yang mereka peroleh saat berkunjung ke galeri maupun dari produk yang mereka inginkan. Dimana setiap perusahaan harus mengutamakan kualitas pelayanan hingga produk yang akan diberikan kepada pelanggan, sehingga pelanggan tersebut bisa loyal terhadap perusahaan, karena pelanggan yang loyal dapat memberikan efek positif yang menguntungkan bagi perusahaan. Sebaliknya, jika pelanggan itu tidak loyal maka akan kehilangan pelanggan tersebut.

Tabel 1.1 menunjukkan terjadi naik turunnya omset penjualan bulan januari hingga desember. Naik turunnya omset disebabkan karena model yang diciptakan kurang menarik perhatian bagi kalangan remaja sehingga kebanyakan pembeli ialah dari kalangan orangtua saja. Maka, kesanggupan perusahaan yang bertanggung jawab untuk menempatkan

⁹ Muhammad Anang Firmansyah, dkk., “Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Elzatta Royal Plaza Surabaya”, *Balance: Economic, Business, Management, and Accounting Journal* 16, No. 2 (2019): 199.

kedudukan produk melalui atribut produk yang dapat dimiliki secara pas dipasaran Indonesia, hal tersebut faktor penentu kesuksesan sebuah perusahaan. Di Elzatta Galeri Kudus pembeli kebanyakan dari kalangan orang tua, berikut data penjualan:

Tabel 1.1
Data Penjualan Elzatta Galeri Kudus
Tahun 2019

Bulan	Nett Omset
Januari	Rp. 204.758.150
Februari	Rp. 241.657.975
Maret	Rp. 292.982.850
April	Rp. 360.434.620
Mei	Rp. 413.182.912
Juni	Rp. 715.783. 600
Juli	Rp.286.072.601
Agustus	Rp. 296.330.601
September	Rp. 219.062.800
Oktober	Rp.187.615.100
November	Rp. 206.885.050
Desember	Rp. 227.807.084

Sumber: Elzatta Galeri Kudus, 2019

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan didalam latar belakang tersebut dan terdapat hasil penelitian terdahulu hingga penulis hendak meneliti lebih dalam berjudul “**Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Elzatta Hijab Galeri Kudus**”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada analisis ini yaitu:

1. Apakah atribut produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Elzatta Hijab Galeri Kudus?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Elzatta Hijab Galeri Kudus?
3. Apakah atribut produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Elzatta Hijab Galeri Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Analisis penulis bertujuan :

1. Untuk menguji pengaruh atribut produk terhadap kepuasan pelanggan Elzatta Hijab Galeri Kudus.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Elzatta Hijab Galeri Kudus.
3. Untuk menguji atribut produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Elzatta Hijab Galeri Kudus.

D. Kontribusi Penelitian

Analisis penulis dapat menyampaikan kontribusi sebagai berikut:

1. Kontribusi Teoritis
 - a. Analisis penulis bisa menjadi acuan riset yang serupa, yaitu mengenai pengaruh atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Sesuatu yang diadakan penelitian ini bisa dipilih sebagai uraian bagi penulis lain yang membutuhkan, mengenai atribut produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Elzatta Hijab.
 - c. Membuktikan kebenaran teori regresi terhadap pengaruh atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Elzatta Hijab.
2. Kontribusi Praktis

Riset penulis bisa digunakan patokan oleh:

 - a. Peneliti terdahulu

Mampu menjadikan pandangan dan pengalaman dalam aspek pemasaran terutama atribut produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
 - b. Perusahaan

Dapat memahami kepuasan pelanggan dalam membeli Elzatta hijab di Outlet Kudus. Penelitian ini juga dapat dijadikan acuan perusahaan dalam memperbaiki atribut produk dan kualitas pelayanan sehingga dapat menarik pelanggan baru maupun pelanggan lama untuk melakukan pembelian.
 - c. Pelanggan

Bagi pelanggan, yang diperoleh dari kegiatan memperoleh data ini hendaknya bisa menjadikan

sebagai bahan acuan mengenai atribut produk dan kualitas pelayanan pada Elzatta Hijab.

E. Sistematika Penulisan

Penataan penulisan bertujuan supaya garis dasar permasalahan mampu membahas dengan rutut dan tersusun baik. Berikut isi dari skripsi terdiri dari:

1. Bagian Permulaan

Bagian permulaan meliputi halaman judul, halaman noota persetujuan pembimbing, halaman keaslian skripsi, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagian isi meliputi dari lima subbab, kelima subbab ini sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pendahuluan berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi dan sistematika penelitian.

BAB II : Landasan Teori

Berisikan teori atribusi, kepuasan pelanggan, atribut produk, kualitas pelayanan, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Berisikan jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, sumber data, populasi dan sampel, desain dan devinisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Subbab terdiri dari perolehan analisis yang memuat gambaran obyek penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB V : Penutup

Penutup berisi mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

3. Bagian Belakang

Bagian belakang berisikan daftar pustaka, daftar riwayat hidup dan lampiran-lampiran.