

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, industri mebel masih menjadi primadona daerah-daerah tertentu di Indonesia sebagai lahan untuk mencari nafkah. Hal ini karena industri mebel Indonesia masih memiliki potensi di level perdagangan dunia (Arif, 2019:85). Di Indonesia, khususnya Jepara memiliki sentra-sentra industri mebel yang keunikannya sulit ditiru daerah lain, bahkan negara lain. Ini merupakan potensi sangat besar untuk terus dikembangkan, sehingga kontribusinya terhadap perekonomian daerah ini bisa makin signifikan. Kosumen dikatakan puas apabila ia senang dan mempunyai perilaku yang kuat untuk menggunakan atau membeli lagi secara rutin sebuah produk atau produk. Bagaimana cara membentuk kepuasan konsumen, tentunya harus dimulai dengan memberikan kualitas produk atau produk yang unggul atau superior, sehingga konsumen merasa puas dengan pengalaman menggunakannya.

Desain adalah konsep yang lebih besar daripada gaya (Kotler dan Armstrong, 2016:47). Pendapat lain mengatakan arti desain adalah proses perencanaan atau perancangan suatu objek yang bertujuan agar objek yang diciptakan memiliki fungsi, memiliki nilai keindahan, dan berguna bagi manusia. Secara etimologis istilah desain berasal dari bahasa Inggris, yaitu “design” yang artinya reka rupa, rencana, atau rancangan. Di dalam proses desain akan memperhitungkan berbagai aspek, seperti; estetika, fungsi, dan berbagai aspek lainnya yang diperoleh dari riset dan pemikiran manusia.

Kualitas layanan yang baik dalam perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan. Kualitas layanan suatu perusahaan yang dilakukan dengan baik akan menimbulkan perasaan puas karena konsumen merasa telah dilayani dengan baik. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, maka kesetiaan atau loyalitas pelanggan akan terbentuk. Hal ini dapat mendorong konsumen mempunyai keinginan untuk menggunakan produk kembali dan mempunyai keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain (Euginie dan Suryono, 2016:74).

Kualitas produk akan sangat menentukan pesatnya tidaknya suatu perusahaan karena dengan memiliki kualitas produk yang baik, konsumen akan tertarik untuk mencoba produk tersebut dan akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Produk yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan konsumen. Semakin berkualitas produk dan produk yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan konsumen pindah pada produk lain karena kualitas produk berhubungan sekali dengan loyalitas pelanggan. Jika barang dan produk yang dibeli cocok dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan atau loyalitas pelanggan dan sebaliknya

Kepuasan konsumen berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk atau produk yang diterimanya (persepsi) berdasarkan harapan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk atau produk yang telah diterima sebelumnya (pengalaman) serta berita dari mulut ke mulut yang sampai

pada konsumen. Penilaian itu akan menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan. Konsumen akan merasa puas jika kualitas yang diberikan telah sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Namun sebaliknya, jika kualitas produk atau produk yang diberikan kurang ataupun berada di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Pengukuran atas tingkat kepuasan pelanggan perusahaan merupakan hal yang sangat penting, karena dengan demikian maka kinerja perusahaan dapat diukur dan dibandingkan dengan para pesaingnya. Selain itu perusahaan dapat mengetahui jika ada kekurangan atau kelemahan terhadap kualitas produk (barang atau produk) yang ditawarkan. Sikap dan tindak lanjut adalah penting untuk menumbuhkan konsumen yang loyal. Bila konsumen menjadi hilang atau tidak aktif, tindakan harus diambil dalam upaya merebut kembali bisnis. Dalam pelaksanaan pengembangan penjualan dapat disesuaikan dengan selera konsumen, dengan harapan agar konsumen merasa puas atas produk yang telah diberikan atau diperjualbelikan.

Kepuasan konsumen berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi di masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan (Anderson, 2018:65). Kepuasan konsumen merupakan salah satu unsur utama dalam upaya-upaya untuk mempertahankan konsumen yang telah ada ataupun untuk menarik konsumen yang baru.

Kualitas ditentukan melalui sekumpulan kegunaan serta fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan lainnya). Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam di

benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Penelitian ini dilakukan di Meubel Mulya Antique Jepara yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan furniture dan perabot rumah tangga. Saat ini pihak perusahaan secara intensif melakukan pengembangan dalam berbagai bidang seperti produk buatan dalam dan luar negeri, strategi penyesuaian harga seperti harga kredit, dan juga memberikan berbagai diskon dan hadiah lainnya demi menciptakan kepuasan bagi konsumen, sehingga terbentuk opini dari konsumen untuk membeli ulang terhadap produk yang ditawarkannya.

Berikut ini adalah data penjualan mebel Meubel Mulya Antique Jepara dari tahun 2016–2020 :

Tabel 1.1
Data Penjualan Meubel Mulya Antique Jepara Tahun 2016-2020

Tahun	Penjualan	Peningkatan/penurunan Penjualan (%)
2016	20.604	9%
2017	22.805	11%
2018	21.553	-5%
2019	19.963	-7%
2020	17.620	-12%

Sumber : Meubel Mulya Antique Jepara.

Dari Tabel 1.1 menunjukkan bahwa adanya penurunan penjualan mebel Bapak Jono pada Meubel Mulya Antique Jepara selama tiga tahun berturut-turut dari tahun 2016-2020. Penjualan mebel di tahun 2018 mengalami penurunan sebanyak 5%, tahun 2019 mengalami penurunan sebanyak 7% persen, dan ditahun 2020 mengalami penurunan sebanyak 12%. Hal tersebut mengindikasikan adanya penurunan baik kepuasan maupun loyalitas pelanggan produk Meubel Mulya Antique Jepara selama Tahun 2016-2020.

Munculnya *gap research* dengan realitas dari loyalitas pelanggan dengan sejumlah faktor yang mempengaruhinya juga ditunjukkan oleh hasil kajian penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya perbedaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Sumawardani, Maria M Minarsih, M Mukeri Warso (2016) menyatakan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Hari dan Henny Welsa (2018) yang menyatakan bahwa desain produk dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta) desain produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Muhammad Riyan Fauzi (2019) menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Bertentangan dengan hasil penelitian Dani Hari dan Henny Welsa (2018) menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu peneliti tertarik mengambil dengan judul **Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Meubel Mulya Antique Jepara)**

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

1. Variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain produk, kualitas pelayanan, kualitas produk.

2. Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah meubel Mulya Antique Jepara.
4. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk meubel Mulya Antique Jepara.
5. Waktu penelitian dilaksanakan selama 4 bulan setelah judul disetujui (Bulan Agustus s/d Januari Tahun 2022).

1.3. Rumusan Masalah

Industri mebel merupakan salah satu sektor industri yang terus berkembang, dan kota Jepara sangat terkenal dengan furniturnya sehingga mengakibatkan banyaknya persaingan antar perusahaan. Banyaknya persaingan yang ada mengakibatkan konsumen bisa memilih produk yang sesuai kebutuhan mereka, sehingga kepuasan konsumen harus diperhatikan khususnya dalam hal desain produk, kualitas pelayanan dan kualitas produknya sehingga para konsumen tidak beralih membeli produk di toko mebel pesaing. Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa terdapat penurunan penjualan mulai tahun 2018 s/d tahun 2020. Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat diambil pertanyaan penelitian dalam penelitian sebagai berikut :

- 1.3.1. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen pada Meubel Mulya Antique Jepara?

- 1.3.2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Meubel Mulya Antique Jepara
- 1.3.3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Meubel Mulya Antique Jepara?
- 1.3.4. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap loyalitas pelanggan pada Meubel Mulya Antique Jepara?
- 1.3.5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Meubel Mulya Antique Jepara?
- 1.3.6. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Meubel Mulya Antique Jepara?
- 1.3.7. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Meubel Mulya Antique Jepara?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- 1.4.1. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen pada Meubel Mulya Antique Jepara.
- 1.4.2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Meubel Mulya Antique Jepara.
- 1.4.3. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Meubel Mulya Antique Jepara.
- 1.4.4. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap loyalitas pelanggan pada Meubel Mulya Antique Jepara.

- 1.4.5. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Meubel Mulya Antique Jepara.
- 1.4.6. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Meubel Mulya Antique Jepara.
- 1.4.7. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Meubel Mulya Antique Jepara.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat teoritis

- a. Bagi pembaca, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pentingnya desain produk, kualitas pelayanan dan kualitas produk bagi sebuah produk ditengah-tengah persaingan produk sejenis.
- b. Bagi peneliti, sebagai wahana pengembangan penerapan teori-teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

1.5.2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan dan dalam penentuan strategi-strategi selanjutnya yang lebih efektif untuk memenangkan persaingan di pasar.