

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perusahaan yang memperhatikan kualitas produk dan pelayanan untuk memuaskan konsumen menjadikan salah satu hal penting bagi perusahaan agar perusahaan terus berkembang, oleh karena itu upaya perusahaan dalam meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani konsumen sangat diprioritaskan agar dapat menarik konsumen dan menjadikan konsumen setia terhadap produk tersebut.

Kualitas produk dan pelayanan yang diberikan merupakan keinginan konsumen dalam melakukan transaksi dan mempertahankan konsumen dalam jangka panjang, dengan demikian perusahaan harus memahami harapan konsumen dalam meningkatkan kualitas produk.

Kualitas produk adalah sesuatu yang bernilai mahal, tahan lama, memenuhi keinginan konsumen, semua definisi tersebut mengandung makna yang sama yaitu pemenuhan terhadap suatu persyaratan atau ketentuan konsumen.

Produk atau jasa yang berkualitas merupakan hal yang sangat didambakan oleh para konsumen, pelanggan akan merasa puas karena produk yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan sehingga perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.

Jasa atau layanan yang berkualitas dan terpercaya sekarang menjadi senjata yang ampuh dalam meraih keuntungan. Setiap orang menginginkan sebuah layanan yang berkualitas.<sup>1</sup>

Kualitas pelayanan sangat penting pada industri produk dan jasa, kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu profit strategi untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari kaburnya pelanggan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasa sesuai yang di harapkan oleh pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dirasakan oleh konsumen.

Pelayanan yang penjual berikan kepada konsumen dapat berpengaruh besar dalam berjalannya pedagang tersebut, karena dengan pelayanan yang baik sudah tentu memberikan nilai positif bagi penjual dan pelangganpun akan merasakan kepuasandengan pelayanan yang telah diberikan oleh pedagang, dankepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (hasil) yang dirasakan dengan sesuai harapannya, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan.

Pelanggan mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan tidak puas, kalau kinerja sesuaidengan harapan, pelanggan akan puas, apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas.<sup>2</sup>

Busa Motif merupakan perusahaan rumahan yang bergerak dalam bidang manufaktur pembuatan bantal dan guling dalam pengolahan ini perusahaan mampu mengubah barang mentah menjadi

---

<sup>1</sup> Heri SMILE Suchaeri, *Total Customer*,(Solo: TigaSerangkaiPustakaMandiri, 2012), 25.

<sup>2</sup>Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers,2014), 38.

produk jadi melalui proses produksi, awal usaha ini dimulai pada tahun 2006 yang terinspirasi dari sisa pembuatan sofa yang dijadikan peralatan tidur, pada akhirnya produk usaha ini diminati oleh banyak orang dan kepuasan konsumen merupakan fungsi dari kedekatan antara konsumen dengan produk dan pelayanan yang dirasakan.

Busa Motif berlokasi di daerah Jl. KH Abdul Latif Palas Bendungan Kecamatan Cilegon Kota Cilegon.

Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN” (STUDI PADA USAHA MIKRO BUSA MOTIF PALAS CILEGON)**

### **C. Pembatasan Masalah**

Untuk lebih fokus dalam penelitian ini, maka penulis membatasi pada:

1. Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap minat beli konsumen.
2. Lokasi penelitian adalah Busa Motif di Palas Cilegon.

### **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Busa Motif di Palas Cilegon?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap minat beli konsumen Busa Motif di Palas Cilegon?

3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap minat beli konsumen Busa Motif di Palas Cilegon?
4. Bagaimana perspektif ekonomi syariah terhadap kualitas produk dan layanan dan terhadap minat beli konsumen Busa Motif di PalasCilegon?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap minat beli konsumen Busa Motif di PalasCilegon.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen Busa Motif di Palas Cilegon.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap minat beli konsumen Busa Motif di Palas Cilegon.
4. Untuk mengetahui perspektif ekonomi syariah terhadap kualitas produk dan layanan dan terhadap minat beli di Busa Motif di Palas Cilegon.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan  
Sebagai bahan masukan / kajian dan dasar perkembangan bagi perusahaan dalam mengenal perilaku konsumen.
2. Bagi institut  
Untuk memberi masukan serta menambah referensi sekripsi pada perpustakaan.

## F. Kerangka Pemikiran

Kualitas produk merupakan hal paling mendasar yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen, dengan memberikannya kualitas produk dan pelayanan yang baik maka akan dapat mempertahankan dan meningkatkan lebih banyak konsumen.

Perusahaan dengan kualitas produk dan pelayanan yang baik, hampir selalu mempunyai manajemen yang beraspirasi tinggi terhadap kualitas dan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan bukan hanya hasil kerja keras tetapi berhubungan dengan kultur perusahaan.<sup>3</sup>

Pengertian kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik kebutuhan, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersamar, istilah kebutuhan diartikan sebagai spesifikasi yang tercantum dalam kontrak maupun kriteria –kriteria yang harus didenifisikan terlebih dahulu, konsep kualitas harus bersifat menyeluruh, baik produk maupun prosesnya, kualitas produk meliputi kualitas bahan baku dan barang jadi, sedangkan kualitas proses meliputi kualitas segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi perusahaan manufaktur dan proses penyediaan jasa atau pelayanan bagi perusahaan jasa, kualitas harus dibangun sejak awal, dari penerimaan input hingga perusahaan menghasilkan output bagi pelanggannya, setiap tahapan dalam proses produksi maupun proses penyediaan jasa atau pelayanan juga harus berorientasi pada kualitas tersebut, hal ini disebabkan setiap tahapan proses mempunyai pelanggan.<sup>4</sup>

Kepuasan terhadap kualitas adalah kenyataan bahwa kepuasan terhadap kualitas lebih penting dalam menentukan loyalitas

---

<sup>3</sup>Handi Irawan, *Indonesia Customer Satisfaction*, (Jakarta: PT Elex media Komputindo, 2003), 4.

<sup>4</sup>Utsman Ali, "Pengertian Kualitas Menurut Pakar," 5 Agustus 2016, <http://www.pengertianpakar.com/2015/05/pengertian-kualitas-menurut-pakar.html>.

dibandingkan dengan kepuasan terhadap harga. Secara umum kualitas adalah dimensi yang global dan relatif tidak sensitif terhadap perbedaan segmen. Karena itu bila ingin membangun kepuasan dalam jangka panjang, komitmen terhadap kualitas akan memberikan *pay-off* yang setimpal.<sup>5</sup>

Produk merupakan sesuatu yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen, sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan. Pengertian yang ditawarkan menunjukkan sejumlah manfaat yang didapat dari konsumen, baik barang atau jasa atau kombinasinya.<sup>6</sup>

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelayanan konsumen atau pelanggan.<sup>7</sup>

Dari pengertian tersebut bisa disimpulkan bahwa pelayanan adalah tidak kasat mata, dan melibatkan upaya manusia atau peralatan yang lain disediakan perusahaan seorang pengusaha selain dituntut untuk mampu berinteraksi dengan konsumen juga untuk memasarkan barang yang akan dijual. Maka harus memperhatikan pelayan-pelayan yang akan dipakai untuk memasarkan produk yang akan dipasarkan tersebut.

---

<sup>5</sup>Heri SMILE Suchaeri, *Total Customer*, 99.

<sup>6</sup>Bernard T. Widjaja, *Lifestyle Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), 77.

<sup>7</sup>Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2015), 2.

Minat beli adalah sesuatu yang diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi, minat beli ini dapat menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya yang akan mengaktualisasikan apa yang ada dalam benaknya itu.<sup>8</sup>

Konsumen adalah orang-orang yang mempunyai wewenang resmi untuk memilih pemasok dan penyusun syarat-syarat pembelian. Pembelian dapat membantu menyusun spesifikasi produk, tetapi mereka memainkan peranan yang utama dan dalam memilih pemasok dan bernegosiasi. Dalam pembelian yang lebih kompleks, pembelian dapat terdiri dari manajer tingkat atas yang ikut serta dalam negosiasi.<sup>9</sup>

Faktor pembeli mungkin akan kedengaran sebagai suatu karya apabila dikatakan bahwa suatu perusahaan menghasilkan barang atau jasa tertentu untuk dijual kepada para pembeli yang ingin memuaskan sebagian dari kebutuhannya dengan menggunakan barang atau jasa tersebut. Harga penjualan tentunya diharapkan melebihi segala jenis biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut.<sup>10</sup>

Sebuah layanan berkualitas mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:<sup>11</sup>

- a. Sistem pelayanan yang ramah, sistem ini dirancang untuk mempermudah pelanggan dalam memperoleh produk. Sistem pelayanan yang ramah mencakup layanan yang

---

<sup>8</sup>Women Dalam Oliver “*MinatBeli*” 14 Juli 2017, <http://mutiaralumpur.blogspot.com/2011/minat-beli.html?m=1>

<sup>9</sup>Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*. (Bandung: Penerbit Alfabeta), 143.

<sup>10</sup>Sondang p. Siagian, *Manajemen Stratejik*, cet ke 2 (Jakarta: Bumi Aksara,1998), 86-87.

<sup>11</sup>Heri SMILE Suhaeri, *Total Customer*, 26.

cepat, tata letak barang yang nyaman, tanda arah yang jelas, persediaan barang yang cukup, dan pengetahuan serta sistem pelayanan yang ramah juga berarti kejujuran.

- b. Orang-orang yang andal dan berkualitas.
- c. Manajemen yang berkomitmen.
- d. Pembaharuan dan penguatan konsep layanan.
- e. Inovasi dan kreativitas dalam pelayanan.

Penjualan adalah suatu usaha yang dilakukan untuk menawarkan suatu barang atau memindahkan suatu produk baik barang atau jasa dari penjual ke konsumen, dimana seorang pedagang akan menawarkan produknya ke seorang konsumen yang berlaku disuatu tempat atau pasar yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari konsumen.

Usaha mikro adalah usaha yang bersifat menghasilkan pendapatan dan dilakukan oleh rakyat miskin atau mendekati miskin, sedangkan pengusaha mikro adalah orang yang berusaha dibidang usaha mikro.<sup>12</sup>

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 6, menyebutkan bahwa ada 3 kriteria yaitu :<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Templatoid, "Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah Ciri, Pembiayaan dan Perkembangannya di Indonesia", 5 Agustus 2016, <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-usaha-mikro-kecil-dan.html?m=1>.

<sup>13</sup>Beranda Hamdani Kkmb, "Pemberdayaan Umkm Menurut UU No.20 Tahun 2008 Tentang Umkm," 5 Agustus 2016, <http://hamdani75.wordpress.com/arah-dan-strategi-pengembangan-umkm-di-indonesia/pemberdayaan-umkm-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm/>.



1. Kriteria Usaha Mikro

Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 diluar tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300.000.000.

2. Kriteria Usaha Kecil

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 sampai paling banyak 2.500.000.000.

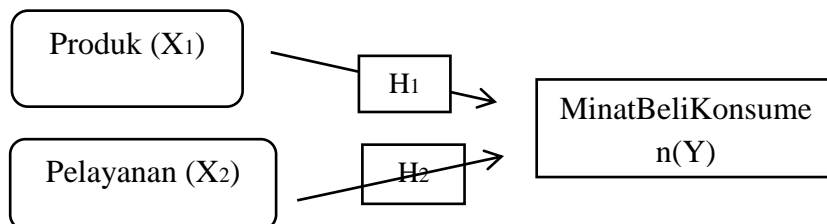
3. Kriteria Usaha Menengah

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 sampai paling banyak Rp.50.000.000.000.

Alasan dalam melakukan usaha BUSA MOTIF ini karena banyak sebagian orang yang memerlukan peralatan tidur yang layak, maka didirikanlah usaha ini dengan betujuan untuk menarik konsumen.

**Gambar 1.1**

**Kerangka Pemikiran**



## **G. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, Sistematika Penulisan.

BAB II Kualitas Produk Busa Motif, Kualitas Busa Motif, Jenis-jenis Produk Busa Motif, Pengertian Kualitas Produk, Pengertian Produk, Dimensi Kualitas Produk, Kualitas Produk dalam Pandangan Islam, Kualitas Pelayanan, Pengertian Kualitas Pelayanan, Tata Cara Pelayanan, Tujuan Pelayanan, Manfaat Pelayanan, Standar Pelayanan, Pengertian Minat Beli, Perilaku Konsumen, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen, Perilaku Pembelian, Perspektif Ekonomi Syariah Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan Minat Beli, Penelitian Terdahulu Yang Relevan, Hipotesis.

BAB III Waktu dan Tempat Penelitian, Populasi dan Sampel, Metodologi Penelitian, Metode Kuantitatif, Definisi Operasional Variabel, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Uji Validitas, Uji Realiabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolerasi, Uji Autokolerasi, Uji Koefisien Kolerasi, Analisis Regresi Berganda, Statistik Inferensial, Instrumen Penelitian.

BAB IV Pembahasan Hasil Penelitian, Gambaran Umum Objek Penelitian, Sejarah Busa Motif Palas Cilegon, Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V Penutup, pada bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan memberikan berupa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan instansi terkait.