BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan global sangatlah penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas barang dan jasa serta pelayanan. Akhir-akhir ini, perbaikan kualitas telah dijadikan tujuan strategi beberapa perusahaan di dunia yang kemudian secara integral dijadikan bagian dari budaya perusahaan.[1]

Persaingan usaha yang semakin ketat di era yang serba modern ini membuat pengusaha harus menciptakan layanan yang inovatif. Hal ini demi meningkatkan penjualan produknya, salah satunya dengan memberikan layanan garansi.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), sangat mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan IPTEK ini telah menghasilkan berbagai macam jenis, variasi-variasi barang yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Sehingga melibatkan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan barang semakin meningkat. Keadaan ini membuat para konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif barang baik model, jenis maupun kualitasnya,

[1] Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 202.

sehingga konsumen bebas memilih barang sesuai dengan keinginan dan kemampuannya. Kondisi ini mengakibatkan persaingan produsen atau penjual semakin ketat, yang akhirnya produsen saling berlomba untuk memikat hati konsumen dan berusaha meningkatkan pelayanan dan kualitas untuk kepuasan serta kesejahteraan konsumen.[2]

Dengan adanya perkembangan teknologi, masyarakat saat ini sudah dapat lebih kritis dalam memilih suatu produk termasuk dalam produk peralatan rumah tangga yaitu Tupperware. *Buyer is the king*, yang dimana pembeli memposisikan dirinya sebagai raja yang akan sewanang-wenang memutuskan untuk membeli atau tidak, menilai, dan merasakan suatu produk.

Menurut Juran, kualitas adalah kesesuaian untuk pengguna (*fitness for use)*, dimana kualitas mengacu pada kemampuan memuaskan kebutuhan konsumen yang sebenarnya.[3] Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah "sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan".[4]

---

[2] Taufik Hidayat, *Garansi dan Penerapannya Perspektif Hukum Islam*, Edisi XV, (Al-Mawarid, 2006), 113.

[3] Mamduh M. Hanafi, *Manajemen* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan, 2003), 411.

[4] Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus* (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 226.

Menawarkan barang yang berkualitas adalah pokok utama dalam perusahaan demi mendapatkan kepuasan konsumen, karena tingkat kepuasan tertinggi adalah tujuan utama perusahaan yang menjadi faktor penentu untuk membuat keunggulan dalam bersaing.[5]

Tupperware merupakan perusahaan multinasional yang memproduksi dan memasarkan produk plastik yang berkualitas untuk kebutuhan rumah tangga. Karena memiliki kualitas yang baik, Tupperware berani memberikan garansi kepada semua produknya seumur hidup terhadap kualitas dan kerusakan yang terjadi.[6]

Disisi lain produk Tupperware terkadang tidak sesuai dengan harapan konsumen salah satu contoh biasanya sebagian produknya tidak bisa tertutup dengan rapat. Hal ini membuat makanan dalam wadah tersebut akan cepat lembab, basi ataupun tumpah. Masalah seperti ini akan mengurangi kepercayaan konsumen akan kualitas produk dan akan berpengaruh terhadap produk Tupperware tersebut, apalagi munculnya pesaing-pesaing baru seperti Tulipware yang dapat membuat para konsumen berpindah produk.

Tupperware memberikan garansi seumur hidup sesuai ketentuan yang berlaku. Dalam hal ini pemasar atau produsen yang tidak

---

[5] Ety Rochaety, dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), 10.

[6] "Ketentuan dan Prosedur Garansi Seumur Hidup", *http://mx.tupperware.co.id,* (diunduh tanggal 27 Maret 2018).

memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk akan mengurangi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Konsumen yang tidak puas akan berusaha mengurangi ketidakpuasan, karena dengan kodrat manusia "untuk menciptakan keserasian, konsistensi, dan keselarasan diantara pendapat, pengetahuan dan nilai-nilai dalam dirinya".[7]

Menurut Schnaars, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut *(word of-mouth)* yang menguntungkan bagi perusahaan.[8]

---

[7] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010), 18.

[8] Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta CV, 2013), 33.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **"Pengaruh Kualitas Produk dan Garansi Seumur Hidup Terhadap Kepuasan Konsumen Tupperware (Studi di PT. Banten Anugerah Abadi)".**

B. Pembatasan Masalah

Dari hasil pemaparan yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah pada kualitas produk dan garansi seumur hidup terhadap kepuasan konsumen Tupperware. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Tupperware yang melakukan pembelian di PT. Banten Anugerah Abadi, maka penulis membatasi penelitian ini pada member atau konsumen Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan garansi seumur hidup terhadap kepuasan konsumen Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan garansi seumur hidup terhadap kepuasan konsumen Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan garansi seumur hidup terhadap kepuasan konsumen Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi.
2. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan garansi seumur hidup terhadap kepuasan konsumen Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Untuk menambah pengetahuan penulis mengenai pengaruh kualitas produk dan garansi seumur hidup terhadap kepuasan konsumen Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi.
2. Dapat digunakan sebagai sumber informasi dan pertimbangan PT. Banten Anugerah Abadi untuk meningkatkan penjualannya.
3. Dapat dijadikan informasi sebuah kajian ilmu pengetahuan pada dunia pendidikan yang memerlukan.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas

(independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel bebas dari penelitian ini adalah kualitas produk (X_1) dan garansi seumur hidup (X_2). Sedangkan variabel terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independen). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

Kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan suatu produk. Produk berkualitas adalah produk yang dapat memenuhi harapan *customer*. Beberapa definisi kualitas menekankan kepada aspek yang berbeda-beda. Misalnya kecocokan pengguna, kesesuaian produk dengan spesifikasi desain dan persyaratan teknisnya. Kualitas dapat dilihat dari dua aspek, yaitu kualitas desain (*quality of design)* dan kualitas kesesuaian *(quality of conformance).*[9]

Garansi adalah suatu kesepakatan dua pihak yang berupa tanggungan atau jaminan dari penjual atau produsen bahwa barang yang dijual adalah bebas dari kerusakan atau cacat yang tidak diketahui. Pada umumnya garansi atau jaminan mempunyai jangka waktu tertentu. Dalam perkembangannya, jangka waktu yang ditetapkan dalam garansi dapat dijadikan sebagai tolok ukur terhadap kualitas dan usia suatu produk.[10]

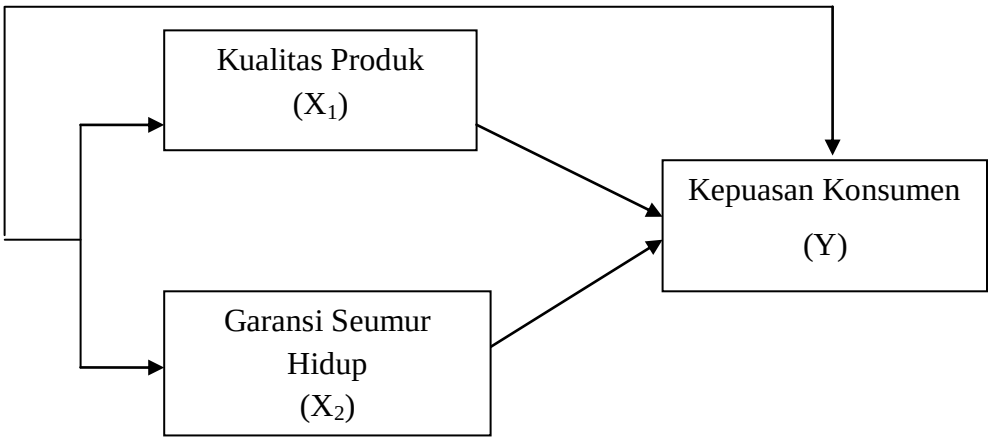
---

[9] Harnanto dan Zulkifli, *Manajemen Biaya* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2003), 83.

[10] Zaki Mubarok, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Garansi Lifetime Hardware Komputer*, (Skripsi, Program Ekonomi, UIN Sunan Kalijaga, 2009), 45.

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi dalam memperoleh produk dan pengalaman mengonsumsi. Harapan dari perasaan adalah terkait dengan pengalaman mengonsumsi sebelumnya dan kemudian memengaruhi kondisi psikologi. Kepuasan pelanggan juga merupakan semacam status mengonsumsi, derajat kepuasan pelanggan tidak hanya mencerminkan struktur emosional, tetapi juga melibatkan struktur persepsi.[11]

Adapun kerangka pemikiran yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran

[11] Ujang Sumarwani, *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2013), 223.

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa penulis akan melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan garansi seumur hidup terhadap kepuasan konsumen Tupperware (Studi di PT. Banten Anugerah Abadi).

G. Sistematika Penulisan

Agar lebih tersusun dan terarah dalam pembahasan skripsi ini, maka disusun sistematika penulisan yang terdiri dari 5 bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab kesatu: Dalam bab ini yaitu pendahuluan akan menjelaskan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

Bab kedua: Dalam bab ini yaitu kajian teoritis akan menjelaskan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu serta hipotesis penelitian.

Bab ketiga: Dalam bab ini yaitu metodologi penelitian akan menjelaskan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian dan sumber data, pengumpulan dan pengolahan data, teknik analisis data, dan definisi operasional variabel.

Bab keempat: Dalam bab ini yaitu pembahasan hasil penelitian menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, uji persyaratan analisis, dan hasil penelitian.

Bab kelima: Dalam bab ini yaitu penutup berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan berdasarkan kesimpulan tersebut akan diberikan saran.