

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia saat ini banyak persaingan dalam dunia bisnis, Perdagangan yang berdampak dengan banyak, terjadi persaingan dalam dunia usaha. Semakin ketatnya persaingan mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang itu untuk menarik pelanggan. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada di benaknya itu.¹

Persaingan yang makin kompetitif seperti perusahaan banyak ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu dalam usahanya mendapatkan dan

¹Hardjono, Ria ari utari, “Pengaruh strategi diversifikasi dan diferensiasi produk terhadap loyalitas konsumen pada kedai pissbroo di kabupaten situbondo”, jurnal manajemen pemasaran, vol 15 no 1, 2017

menggunakan barang ataupun jasa yang termasuk didalamnya proses keputusan pembelian. Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan.

Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Salah satu cara faktor yang memberikan pengaruh dalam keunggulan bersaing suatu produk dipasaran yaitu dengan adanya diversifikasi produk yaitu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan, penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Strategi diciptakan untuk dapat memenangkan persaingan dengan menawarkan konsep yang jelas dari produk serta keunggulan khas yang ada di dalamnya. Menghadapi persaingan tersebut perusahaan perlu

membangun strategi yang baik. Strategi yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran tersebut dimulai dari dalam diri perusahaan, khususnya melalui produk yang mereka tawarkan. Strategi yang cocok untuk digunakan yaitu strategi pemasaran diversifikasi dan diferensiasi produk.²

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka, Sehingga konsumen merasa puas. Untuk memuaskan konsumennya maka perusahaan melakukan pengembangan produk yang akan membentuk masa depan perusahaan.

Umumnya kepuasan pelanggan yang diambil dalam pembelian nibras adalah jenis bahan yang dipakai, berapa harganya, bentuk produknya, warna dari produknya serta

² Hardjono, Ria ari utari,...vol 15 no 1, 2017

bagaimana kualitas dari bahannya. perusahaan, salah satunya adalah strategi diversifikasi produk dan diferensiasi produk.³

Perusahaan nibras pertama kali menjual produk hanya satu yaitu busana muslim wanita saja. Sehingga ketidakragaman produk menjadikan pangsa pasar berkurang dan minat pembelinya berkurang. Dari harga dan kualitas produknya, bahan yang digunakan untuk saat ini panas dan harganya pun mahal sehingga mengakibatkan ketidakpuasan suatu pelanggan nibras. Sehingga, perusahaan tersebut mengubah sistem strateginya untuk mencapai keberhasilan dan mempertahankan minat pembeli dan menjadikan produk menjadi berbagai variasi, sehingga menjadikan produk dan pangsa pasar semakin meluas dengan diadakannya sistem strategi pemasaran yang baru. Kurangnya keterampilan pada bagian pemasaran nibras hanya mengandalkan agen atau distributor untuk pemasaran produknya yang dikarenakan kurangnya tenaga.⁴

³ Prof.Dr.Sofjan Assauri, MBA, “ *Strategic Management*”, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2013)

⁴Dr.Tony Wijaya S.E., M.M,”*Manajemen kualitas jasa: Desain servqual, QFD, dan kano, edisi kedua*”, (Jakarta: Indeks 2018), h. 186-187

Keinginan mengadakan perluasan usaha menjadi pendorong utama. Kegiatan menjadi serba besar, kemungkinan mendapatkan keuntungan juga akan lebih besar, karena diproduksi sejumlah besar barang yang dibutuhkan konsumen atau paling tidak pendapatan stabil, Sebab kerugian menjual barang yang satu dapat ditutup dengan keuntungan menjual barang yang lain.^{5 6}

Strategi diversifikasi dan diferensiasi produk berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelaksanaan diversifikasi dan differensiasi produk berpengaruh pada peningkatan jumlah konsumen. Peningkatan ini menunjukkan bahwa konsumen telah puas terhadap keanekaragaman produk yang ditawarkan.

Melihat keadaan inilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ PENGARUH DIVERSIFIKASI DAN DIFERENSIASI PRODUK NIBRAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI

⁵Agus Kurniawan dan Sulistiono,”Pengaruh diversifikasi dan diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus produk lemari olympic pada pt.casmi), Jurnal Ekonomi , 2014, h..385

⁶ Hermawan Kertajaya,...2005, h.148

KONSUMEN NIBRAS)” sehingga diharapkan dapat membawa kepada peningkatan penjualan yang berakibat langsung pada peningkatan pasar.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, banyaknya persaingan bisnis menjadikan setiap perusahaan harus dengan cermat menentukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan sangat bervariasi sesuai dengan keunggulan produk yang dipasarkan dan selera konsumen pada suatu daerah.

Melihat keadaan inilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh diversifikasi dan diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan” (Studi Konsumen Nibras). Dimana dalam strategi diversifikasi ini, perusahaan melebarkan jenis produk yang dijual terhadap konsumen dan dengan strategi diferensiasi menjadikan produk yang dijual berbeda dan memiliki ciri khas dengan produk dari perusahaan lain yang sejenis, sehingga dari kedua strategi tersebut diharapkan dapat membawa kepada

pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas terhadap perusahaan.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, penelitian akan memberi batasan masalah yang bertujuan untuk memfokuskan pembahasan dalam suatu proposal penelitian ini yakni:

1. Peneliti membatasi dalam penelitian ini mengenai bagaimana diversifikasi dan diferensiasi produk terhadap suatu perusahaan

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka dapat disajikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh diversifikasi produk (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial.
2. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial.
3. Bagaimana pengaruh diversifikasi produk (X_1) dan diferensiasi produk (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara simultan.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis variabel diversifikasi produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis variabel diferensiasi produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menganalisis variabel diversifikasi produk dan diferensiasi produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, merupakan suatu tugas akademis dan menambah wawasan peneliti dan Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian di bidang pemasaran
2. Bagi perguruan tinggi
Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas koleksi penelitian di perpustakaan

khususnya mengenai “Pengaruh Diversifikasi Produk dan diferensiasi produk terhadap Keputusan Pelanggan” hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan referensi.

3. Bagi Pihak Perusahaan atau Pengelola

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan Toko Nibras Serang diharapkan dapat membantu menentukan langkah-langkah strategi pemasaran yang berorientasi pada keputusan pembelian dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan.

G. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Judul Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Agus Kurniawan dan sulistiono/ sekolah tinggi ilmu ekonomi kesatuan bogor.</p> <p>“PENGARUH DIVERSIFIKASI DAN DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Produk Lemari Pakaian Olympic Pada PT.</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh diversifikasi dan diferensiasi terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian ini adalah: Berdasarkan persepsi penilaian responden untuk variabel diversifikasi produk diperoleh nilai</p>

<p>Casmi)”</p>	<p>indeks terendah 3.84 yaitu pada atribut type produk lemari pakaian olympic jumlahnya banyak dan nilai indeks tertinggi adalah 4.08 yaitu pada atribut warna produk lemari pakaian bervariasi. Sedangkan pada uji parsial maka variabel diversifikasi produk (X_1) mempunyai pengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan demikian tolak H_1 dan terima H_0. Berdasarkan uji parsial maka variabel diferensiasi produk (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan demikian terima H_1 dan tolak H_0. Berdasarkan uji simultan variabel diversifikasi dan diferensiasi produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p>
<p>Hardjono, Ria Ari Utary,</p>	<p>Tujuan utama yang ingin dicapai</p>

<p>“PENGARUH STRATEGI DIVERSIFIKASI DAN DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI PISSBROO DI KABUPATEN SITUBONDO”</p>	<p>dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui besar pengaruh strategi diversifikasi dan diferensiasi produk terhadap loyalitas konsumen pada kedai pissbroo Situbondo.</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian ini adalah:</p> <p>Berdasarkan hasil uji t, Hal ini berarti variabel diferensiasi produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikan $0,920 > 0,05$.</p> <p>Berdasarkan hasil uji F, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima atau variabel diversifikasi dan diferensiasi produk berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada kedai pissbroo Situbondo.</p> <p>Berdasarkan hasil tersebut nilai koefisien determinasi seluruh variabel bebas yaitu diversifikasi dan diferensiasi produk terhadap variabel</p>
--	--

	<p>terikat loyalitas konsumen dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak masuk dalam penelitian ini</p>
<p>Rina Nur Rakhmawati/ universitas Islam negeri walisongo semarang/ 2015 “ANALISIS PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN “ (Studi Kasus Pada Toko Pantès di Kajèn Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati)</p>	<p>Diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko Pantès. Sedangkan pengaruh positif dilihat dari koefisien variabel diversifikasi produk sebesar 0,564. Semakin bervariasi produk yang ditawarkan maka keputusan pembelian pada konsumen toko Pantès akan meningkat.</p> <p>Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko Pantès. Sedangkan pengaruh positif dilihat dari koefisien variabel lokasi sebesar 4,294. Semakin strategisnya lokasi yang dituju maka keputusan pembelian pada konsumen toko</p>

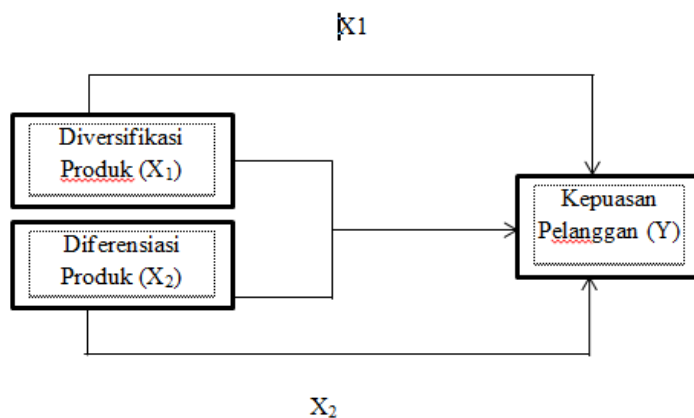
	Pantes akan meningkat
<p>Agus Trisihnyo/vol.12 no.1 januari/2018/ Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur</p> <p>“ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BARU MOTOR SPORT (BMS) SAMARINDA”</p>	<p>Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Baru Motor Sport (BMS) Samarinda.</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian ini adalah:</p> <p>Hasil analisa regresi linear sederhana dalam bentuk persamaan $Y = 7,707 + 0,87106 X$. Interpretasi dari persamaan tersebut, apabila diferensiasi produk ditingkatkan satu skor maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,87106 atau dengan kata lain bahwa semakin perusahaan memperhatikan enerapan diferensiasi produk maka kepuasan konsumen terhadap jasa penjualan dan modifikas produk sepeda motor pada Toko Baru Motor Sport (BMS) Samarinda</p>

	<p>akan meningkat. Koefisien korelasi $r = 0,929$ atau $r = 92,9\%$ menunjukkan hubungan yang positif antara variabel.</p> <p>Hasil pengujian hipotesis dengan tingkat signifikan sebesar 5% ($0,05$) maka diperoleh $t_{hitung} = 13,29 > t_{tabel} = 1,701$ ini memberikan gambaran bahwa hipotesa yang dikemukakan mengenai diferensiasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Baru Motor Sport (BMS) Samarinda diterima</p>
--	--

H. Kerangka Pemikiran

Jika salah satu produknya telah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya dan usaha memperluas macam barang yang akan dijual dan merupakan sebuah strategi perusahaan untuk menaikkan penetrasi pasar.

Sehingga dapat dijelaskan. Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas perlu adanya kerangka berpikir bertujuan untuk menemukan suatu kebenaran dalam peneliti maka digambarkan suatu kerangka berpikir yaitu:



I. Hipotesis

Hipotesis adalah hipotesis yang merumuskan untuk menjawab permasalahan dengan menggunakan teori-teori yang ada hubungannya (relevan) dengan masalah penelitian dan belum berdasarkan fakta serta dukungan data yang nyata dilapangan. sebagai dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih atau jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian. Tujuannya untuk menjadikannya sebagai acuan dalam menentukan langkah

selanjutnya agar dapat membuat kesimpulan-kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukannya

1. H0: Diversifikasi dan Diferensiasi produk tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan
2. H1: Diversifikasi produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pelanggan
3. H2: Diferensiasi produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Dimana :

thitung \leq tabel (n-k) maka Ho diterima

thitung $>$ tabel (: n-k) maka Ho ditolak

J. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambar yang cukup jelas mengenai penelitian ini, maka di susunlah sistematika pembahasan yang berisi mengenai informasi materi serta hal-hal berhubungan dengan penelitian ini. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang tersusun sebagai berikut:

- Bab I Pendahuluan, pada bab ini berisi pemaparan mengenai latar Belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, Rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, Hipotesis, metode penelitian dan sistematika pembahasan.
- Bab II Landasan teori, pada bab ini berisi pemaparan mengenai Teori dan kerangka pemikiran.
- Bab III Metodelogi Pemikiran, pada bab ini berisi pemaparan mengenai tempat dan waktu penelitian, instrumen penelitian, teknik analisis data dan hipotesis penelitian.
- Bab IV Deskripsi Hasil Penelitian, pada bab ini berisi pemaparan mengenai deskripsi data, uji analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.
- Bab V Penutup, pada bab ini berisi pemaparan mengenai kesimpulan dan saran.