

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri Furniture adalah industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan, dan bahan baku alami lainnya menjadi produk barang jadi furniture yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Saat ini untuk persaingan dunia usaha terjadi persaingan ketat dalam meraih pangsa pasar, pada dasarnya pelaku usaha sama-sama berusaha dalam meningkatkan pangsa pasar serta merengkuh pasar baru yang menjadi prospek usaha di masa mendatang. Pelaku usaha harus dapat memberikan pelayanan yang prima untuk melayani para konsumen, dan mengenal kebutuhan serta harapan konsumen atas suatu produk maupun jasa sehingga hal tersebut bukan hanya berguna saat ini tetapi dapat juga berguna dalam pemenuhan kebutuhan konsumen di masa mendatang. Melakukan promosi dengan tepat dan mengena pada sasaran adalah tugas dari manajer pemasaran, untuk itu dibutuhkannya bauran promosi agar dapat menentukan promosi seperti apa yang harus dijalankan dengan tepat untuk mendapatkan konsumen.

Industri furniture di Indonesia tersebar hampir di seluruh provinsi, tak terkecuali di Kota Bogor, dikutip dari kotabogor.go.id hingga 2021 Industri Furniture di Bogor berjumlah 54 unit usaha yang menyerap tenaga kerja sebanyak 747 orang, kapasitas produksi 37.000 unit dengan nilai investasi sebesar Rp.10.649.000,00 yang tersebar di wilayah Kota Bogor. Produk yang

dihasilkan dari Industri ini banyak dibutuhkan masyarakat Kota Bogor dan sekitarnya juga mempunyai peluang pasar di Luar Negeri khususnya Amerika Serikat, Jepang, dan negara-negara Eropa. Dengan begitu PT. Vallian Lestari Bersama mempunyai peluang untuk memasarkan produknya.

PT. Vallian Lestari Bersama adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang furniture yakni penjualan sofa yang beralamat di Jl. Babakan Rawahaur RT. 001 RW. 005 Ds. Sentul, Kec. Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16810. Tentunya PT. Vallian Lestari Bersama ingin unggul dalam beberapa pesaingnya di Bogor salah satu cara agar mampu bersaing yakni meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperbaiki desain produk agar mampu meningkatkan keputusan pembelian.

Kepuasan menurut Tjiptono (2015) berasal dari Bahasa latin “satis” yang berarti cukup baik atau memadai dan “facio” berarti melakukan atau membuat. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap surprise yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan atau pengalaman konsumsi. Menurut sopiah (2013), dampak perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya.

Menurut Kotler & Keller (2012:128) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) suatu produk yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan sangat puas atau senang.

Kepuasan Pelanggan berperan penting dalam upaya peningkatan keputusan pembelian. Persaingan yang semakin ketat, dimana banyak pesaing yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai ukuran utama.

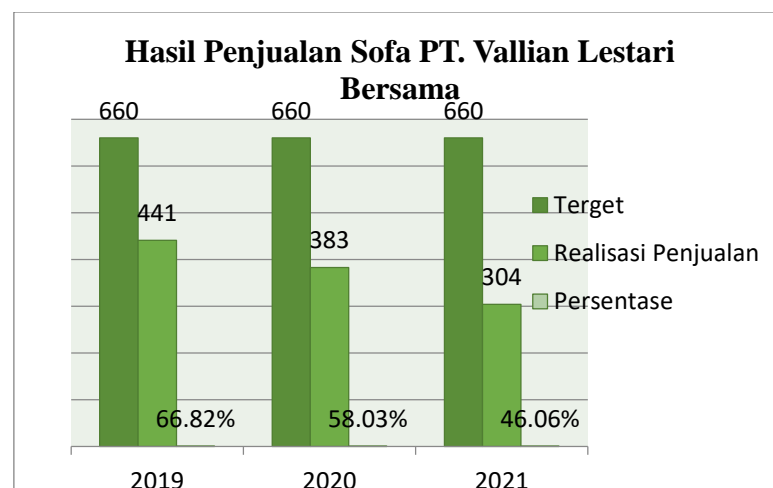
Kebijakan yang sudah diambil oleh PT. Vallian Lestari Bersama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sopan dan ramah untuk menimbulkan kesan akrab antara perusahaan dengan pelanggan, mengantarkan pesanan pelanggan ke alamat yang dituju, dan membuat produk dengan desain yang menarik dan sesuai keinginan konsumen.

Desain produk yang menarik dan unik dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Desain merupakan rancangan barang atau jasa yang hendak dibuat agar dapat diterima dan memuaskan konsumen sasaran, serta tak mudah ditiru oleh kompetitor (Budi Harsanto, 2013:11). Untuk menghasilkan desain produk yang bagus tentunya membutuhkan proses dengan pemikiran, diskusi, riset, dan koordinasi yang kuat diantara setiap bagian dalam perusahaan.

Menurut Kotler & Keller (2016:396) menyatakan bahwa desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi produk dapat dilihat, dirasakan dan berfungsi bagi pelanggan. Zhang et. al (2015) menyatakan bahwa perkembangan teknologi memiliki andil dalam pengembangan desain produk, dimana perusahaan dapat melibatkan konsumen dalam perancangan

suatu produk sehingga perusahaan dapat mendesain produk sesuai dengan tampilan dan nilai guna yang diinginkan konsumen secara spesifik (*custom designs*). Hal ini akan membantu perusahaan mengungguli pesaingnya dengan menciptakan desain khas yang sulit ditiru para pesaingnya, dan demikian menunjukkan peran desain produk dalam kemampuannya beradaptasi dalam siklus pasar yang dinamis.

PT. Vallian Lestari Bersama adalah perusahaan yang menghasilkan dan menjual produk sofa yang wilayah penjualannya yaitu daerah Jawa Barat khususnya Bogor dan Bekasi dan lebih banyak di daerah lain seperti Jakarta, Tangerang, Semarang, Jogja, Samarinda, Makassar, Kudus, dan Bangka Belitung. PT. Vallian Lestari Bersama sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan berbagai model sofa.



Sumber : PT. Vallian Lestari Bersama, 2022

Gambar 1.
Hasil Penjualan Sofa PT. Vallian Lestari Bersama

Gambar 1 menunjukkan bahwa tidak tercapainya target penjualan setiap tahunnya. Realisasi tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebanyak 441 Set sofa atau

66.82% terjual disebabkan oleh pembaharuan model sofa dari tahun sebelumnya. Realisasi terendah terjadi pada tahun 2021 hanya menjual 304 set sofa. Penurunan ini disebabkan karena kurangnya pembaharuan pada desain produk yang ada, karena desain produk yang ditawarkan adalah desain produk-produk lama, sedangkan pesaingnya selalu memperbaharui produknya. Bisa dilihat pada Tabel 1 data menunjukkan penjualan tahun 2019-2021 berdasarkan desain produk :

Tabel 1.
Hasil Penjualan 2019-2021 berdasarkan Desain Produk

No	Nama Sofa	Sofa Terjual Tahun		
		2019	2020	2021
1	Sofa Petrie	146 Set Sofa	83 Set Sofa	57 Set Sofa
2	Sofa Rucci	63 set Sofa	22 Set Sofa	0 Terjual
3	Sofa LS Danville	16 Set Sofa	13 Set Sofa	0 Terjual
4	Sofa EL Petrie	70 Set Sofa	62 Set Sofa	95 Set Sofa
5	Sofa Channel	54 Set Sofa	49 Set Sofa	30 Set Sofa
6	Sofa Hampton	27 Set Sofa	31 Set Sofa	27 Set Sofa
7	Sofa Anderson	35 Set Sofa	48 Set Sofa	24 Set Sofa
8	Sofa Covington	30 Set Sofa	51 Set Sofa	38 Set Sofa

Tabel 1.
Hasil Penjualan 2019-2021 berdasarkan Desain Produk

No	Nama Sofa	Sofa Terjual Tahun		
		2019	2020	2021
9	Sofa LS Sparrow	0 Terjual	24 Set Sofa	30 Set Sofa
10	Sofa Sparrow	0 Terjual	0 Terjual	3 Set Sofa
Total		441 Set Sofa Terjual	383 Set Sofa Terjual	304 Set Sofa Terjual

Sumber : PT. Vallian Lestari Bersama, 2022

Berdasarkan Tabel 1 diatas terjadi fluktuatif penjualan sofa berdasarkan desain produk. Pada tahun 2019 terdapat penjualan tertinggi yaitu desain produk sofa dengan nama sofa Petrie yang terjual 146 set sofa, ditahun 2020 petrie terjual 83 set dan tahun 2021 mengalami penurunan sofa Petrie hanya terjual 57 set. Sedangkan untuk sofa EL Petrie pada tahun 2019 terjual 70 set sofa, ditahun 2020 mengalami penurunan penjualan yaitu terjual 62 set sofa dan ditahun 2021 EL Petrie mengalami kenaikan lagi dengan terjual 95 set sofa. Begitu juga dengan dengan sofa Covington pada tahun 2019 terjual 30 set sofa lalu mengalami kenaikan ditahun 2020 terjual 51 set sofa kemudian mengalami penurunan ditahun 2021 hanya terjual 38 set sofa. Pada data ini terbukti bahwa pelanggan mencari sofa dengan desain terbaru. Maka dari itu PT. Vallian Lestari Bersama perlu melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dan desain produk.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan konsumen melakukan pembelian atau tidak terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau memakai suatu produk akan melalui proses dimana proses tersebut merupakan gambaran dari bagaimana konsumen menganalisis berbagai macam masukan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian konsumen seringkali dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satunya yakni Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan berperan sangat penting dalam mengambil keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan. Pada PT. Vallian Lestari Bersama terjadinya peningkatan keluhan pelanggan kepada perusahaan. Banyaknya keluhan ini berupa pelayanan yang tidak memuaskan yaitu dalam kecepatan dalam menangani keluhan dari pelanggan, keluhan terhadap kecepatan dan ketepatan dalam mengirim pesanan. Berikut adalah tabel 2 mengenai keluhan pelanggan yang mencerminkan kekecewaan pelanggan terhadap perusahaan.

Tabel 2.
Data Keluhan Pelanggan PT. Vallian Lestari Bersama
Tahun 2019 - 2021

Tahun	Jumlah Keluhan	Jenis Keluhan
2019	4	Ketidakpuasan dengan pengantaran sofa yang lambat
	5	Ketidaktanggapan dalam melayani
2020	3	Ketidakpuasan dengan pengantaran sofa yang bermasalah
	6	Proses retur tidak cepat
2021	8	Ketidakpuasan dengan tidak antar full sesuai pesanan
	6	Ketidakpuasan dengan tidak antar orderan sesuai pesanan

Sumber : PT. Vallian Lestari Bersama

Tabel 2 menunjukkan bahwa tingginya keluhan kepada perusahaan, hal ini menunjukkan betapa tidak berkualitasnya pelayanan yang diberikan yang menciptakan kekecewaan pelanggan yang tidak sanggup dalam memberikan pelayanan dan ketidaksesuaian pesanan. Hal ini berdampak pada keputusan pembelian yang mengalami penurunan terbukti dari banyaknya pelanggan yang lebih memilih membeli pada perusahaan lainnya yang lebih memuaskan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sofa Di PT. Vallian Lestari Bersama”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan beberapa masalah yang diinformasikan perusahaan serta pengamatan dasar yang dilakukan, berikut beberapa masalah yang dapat teridentifikasi :

1. Ketatnya persaingan didunia usaha khususnya dibidang furniture.
2. Terjadinya penurunan penjualan sofa tahun 2021. Ketercapain target rata-rata pada tahun 2021 sebesar 46,06%.
3. Penjualan sofa sesuai desain produk mengalami fluktuatif ditahun 2019-2021.
4. Kurangnya pembaharuan Desain produk dari tahun ke tahun.
5. Dalam tahun 2021 ada 2 model sofa yang tidak terjual sama sekali.
6. Banyaknya keluhan dari pelanggan.
7. Kurangnya kesigapan dalam menangani keluhan pelanggan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, terdapat banyak variabel yang berhubungan dan mempengaruhi keputusan pembelian. untuk lebih fokus, maka penelitian ini

terbatas pada dua variabel bebas (Independent) yaitu Kepuasan Pelanggan, dan desain produk, satu variabel terikat (Dependent) yaitu keputusan pembelian. Sebagai unit analisis, seluruh pelanggan PT. Vallian Lestari Bersama sehingga dalam penelitian ini ditetapkan judul “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sofa Di PT. Vallian Lestari Bersama”. Sedangkan untuk waktu penelitian dibatasi dari bulan Maret – September 2022.

D. Rumusan Masalah

Melalui uraian yang telah dijelaskan dalam pembatasan masalah penelitian, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sofa Di PT. Vallian Lestari Bersama?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sofa Di PT. Vallian Lestari Bersama?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan dan desain produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sofa Di PT. Vallian Lestari Bersama?

E. Tujuan Penelitian

Beberapa alasan menjadi sebuah dasar dilakukannya penelitian ini sebagai cara menemukan upaya-upaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui identifikasi kekuatan-kekuatan pengaruh antar variabel-variabel Kepuasan Pelanggan dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap secara empirik:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Sofa Di PT. Vallian Lestari Bersama.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap Keputusan Pembelian Sofa Di PT. Vallian Lestari Bersama.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan dan desain produk terhadap Keputusan Pembelian Sofa Di PT. Vallian Lestari Bersama.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap dua aspek, yaitu aspek secara teoritis, maupun praktis, yaitu :

1. Manfaat Secara Teoritis

- a. Menemukan kesimpulan baru tentang keputusan pembelian, yaitu sikap yang diambil oleh pelanggan dalam menentukan pilihannya terhadap suatu produk atau merek berdasarkan keinginan, harapan dan berdasarkan informasi yang didapatkannya atas produk dan merek tersebut sampai kepada perbandingan dengan produk sejenis.
- b. Menemukan kesimpulan baru tentang bauran pemasaran, yaitu elemen pemasaran yang terbentuk dari perspektif pelanggan dan terdiri dari Kepuasan Pelanggan dan desain produk, dimana kedua elemen tersebut harus dirancang dengan baik melalui perencanaan pemasaran yang tepat agar produk yang dipasarkan dapat dengan mudah mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan

- c. Menambah wawasan pengetahuan dan kajian yang mutakhir pada bidang pengelolaan pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan keputusan pembelian.
- d. Menambah referensi baru dalam penelitian-penelitian pengelolaan pemasaran, antara lain sebagai bahan diskusi ilmiah bagi pembahasan terhadap teori-teori yang telah ada.
- e. Pengetahuan untuk penelitian selanjutnya tentang konsep-konsep Kepuasan Pelanggan dan pemahaman tentang konsep-konsep tersebut dapat digunakan sebagai acuan baru untuk meningkatkan keputusan pembelian.

2. Manfaat Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini mampu menemukan upaya-upaya yang dipraktekkan untuk meningkatkan keputusan pembelian dengan cara mengidentifikasi dan mengembangkan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, khususnya variabel Kepuasan Pelanggan dan desain produk. Secara praktis penelitian ini diharapkan berguna kepada :

- a. Perusahaan, khususnya PT. Vallian Lestari Bersama, hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan baru untuk kepentingan mengoptimalisasikan Kepuasan Pelanggan dan desain produk untuk meningkatkan keputusan pembelian.
- b. Pimpinan, khususnya di PT. Vallian Lestari Bersama di mana hasil penelitian dapat menjadi acuan baru dalam meningkatkan keputusan pembelian.

- c. Hasil penelitian ini menjadi pengetahuan baru bagi seluruh anggota PT. Vallian Lestari Bersama, agar dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan secara optimal, sehingga dapat tercapai keberhasilan dalam menjalankan fungsinya sebagai karyawan.
- d. Masyarakat ilmiah atau akademik dapat mempelajari penelitian ini, agar dapat dijadikan acuan baru guna membantu terlaksananya proses peningkatan keputusan pembelian pelanggan.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II STUDI PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang studi pustaka berkaitan dengan teori Kepuasan Pelanggan dan Desain Produk, Keputusan Pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variabel, metode pengambilan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan objek yang diteliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

