

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Desainer interior merupakan salah satu profesi yang makin diminati belakangan ini. Semakin terbukanya informasi dan cepatnya arus teknologi, memberi ruang gerak bagi desain interior untuk muncul, dikenal dan menjadi salah satu kebutuhan pada tiap lapisan masyarakat. Secara akademis, keilmuan desain interior menekankan pada proses perencanaan yang melibatkan konsep dan menghasilkan solusi berupa rancangan atau desain. (Hendrawan, 2021).

Menurut Kinasih, (2021) Desain interior bagi para arsitektur, desainer sangat penting pada saat melakukan finishing bagian rumah baik indoor maupun outdoor, serta penetapan konsep. Saat ini banyak jenis produk untuk interior yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen mulai dari *vertical blinds*, dengan sistem manual maupun otomatis, kasa nyamuk, pintu atau partisi dan penyekat ruangan, karena didalam pemilihan produk interior juga harus menyesuaikan dengan kebutuhan *customer* dan disesuaikan juga dengan lokasi, maka dari itu diperlukannya seorang marketing adalah untuk memperkenalkan atau memberikan informasi terkait interior *indoor* maupun *outdoor* baik dari segi fungsi, kelebihan dan kekurangan produk tersebut. Pertumbuhan perusahaan interior yang semakin pesat belakangan ini ternyata

tidak hanya memberikan manfaat bagi para pengembang tapi juga mendatangkan peluang bisnis baru bagi para penyedia jasa desain interior, semakin modern zaman sekarang maka semakin banyak model interior yang beragam, bahkan *kitchen set*, lemari pakaian, meja belajar dsb sudah menjadi kebutuhan pokok untuk menggunakan produk interior.

Salah satu perusahaan interior di Purwokerto yaitu Adaruz, Adaruz memiliki visi dan misi yaitu amanah, *sat set*, inovatif, kolaboratif tujuan perusahaan ini dibuat agar dapat membantu calon konsumen yang membutuhkan konsultasi terkait interior di dalam rumahnya, misalnya penataan ruangan yang cocok seperti apa agar rumah nyaman digunakan. Adaruz memberi solusi atas ketidaknyamanan calon konsumen mengenai keadaan interior dirumahnya, dengan fasilitas yang ada di perusahaan ini yaitu *free survey*, desain, rab dan konsultasi masalah penataan ruangan sehingga calon konsumen yang ingin menggunakan jasa dari Adaruz ini tidak dikenakan biaya survei ke rumahnya, serta dapat konsultasi mengenai keluhan tentang rumahnya ke tim Adaruz dan akan diberikan solusi terkait penyelesaian masalah tersebut. Dengan adanya fasilitas ini maka calon konsumen tidak perlu khawatir akan biaya yang dikenakan jika rumah mereka di survei oleh tim Adaruz, hal tersebut menjadi sesuatu yang menarik calon konsumen karena nyaman dengan adanya fasilitas tersebut.

Tabel 1.1 Perusahaan Interior Terbaik Purwokerto dan Produk Unggulannya Tahun 2022

Nama Perusahaan	Produk Unggulan
Adaruz	<i>Kitchen Set</i>

Safira	Backdrop TV
Griya Indah	<i>Bedset</i>
Nama Perusahaan	Produk Unggulan
Shanum Furniture	Meja Resepsionis
Widhi Alumunium	Kusen Alumunium
Sae Karya Furniture	<i>Kitchen Set</i>

Sumber : <https://listjasa.com/kitchen-set-purwokerto/>

Adaruz merupakan perusahaan interior yang didirikan pada tahun 2018 dan telah berjalan selama kurang lebih 5 tahun, terletak di Jalan Sultan Agung No.51 Teluk, Purwokerto Selatan. Kantor Adaruz berlokasi di pinggir jalan tepat di akses pintu keluar terminal Bulupitu Purwokerto Selatan, sehingga lokasi yang strategis ini memudahkan calon konsumen untuk mendatangi kantor Adaruz, selain itu Adaruz dapat melakukan promosi secara *offline* dengan memasang *banner* didepan kantor.

Alasan memilih perusahaan ini karena ada beberapa keluhan yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan, yaitu terkait beberapa *komplain* desain atau pelayanan yang kurang memuaskan sehingga saya tertarik untuk memilih perusahaan Adaruz sebagai objek penelitian saya agar dapat mengetahui apa saja penyebab adanya keluhan dari pelanggan tersebut, serta dapat memberi evaluasi kepada perusahaan agar menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.

Menurut Ashworth & Bourassa, (2020) Kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika konsumen tersebut menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan apa yang diharapkan serta

terpenuhi secara baik. Sejalan dengan itu, kepuasan seringkali di artikan sebagai seberapa jauh harapan konsumen terhadap produk dan layanan yang dibeli. Kepuasan merupakan sebarang perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja hasil suatu produk terhadap ekspektasi saat melakukan pembelian. Jika konsumen puas akan produk dan jasa yang ditawarkan, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang di masa depan, hal ini menjadikan kepuasan sebuah faktor kunci konsumen untuk melakukan repeat buying. (Haris, 2018).

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:16) Kepuasan Konsumen merupakan persepsi konsumen terhadap kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Kualitas merupakan sebuah mutu dari barang atau jasa. Kualitas harus diperhatikan dan dikerjakan dengan baik bagi pelaku bisnis. Kualitas produk ini harus sesuai dengan apa yang difungsikan pada produk tersebut, juga sesuai dengan klaim produk. Kualitas produk yang dipahami oleh pelanggan adalah apabila penjual menawarkan produk yang memiliki nilai jual lebih baik dari pesaingnya, oleh karena itu perusahaan diharapkan akan lebih memfokuskan produk yang diproduksinya dengan membandingkan produk dari perusahaan pesaingnya. (Nofrianda, 2019).

Kualitas produk adalah hal yang diunggulkan oleh produk tersebut yang kadang berbeda dengan pesaingnya. Kualitas produk merupakan faktor yang perlu diperhatikan secara khusus karena dalam melakukan pembelian konsumen sering kali menanyakan kualitas produk tersebut. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan penelitian-penelitian sebelumnya dengan keselarasan tujuan penelitian yang ingin dicapai, sebagai salah satu faktor yang paling penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan perilaku di masa depan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Isfahila, (2018) Handayani, (2020) Hilaliyah, (2017) Nugraha, (2020) Erpurini, (2019) menyatakan kualitas produk berpengaruh positif & signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasution, (2019) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah desain produk. Desain produk adalah suatu dimensi yang dapat membantu membentuk persepsi dan mempengaruhi kepuasan konsumen secara emosional Isfahila, (2018). Desain produk merupakan alat untuk menafsirkan hasil kegiatan penelitian yang dilakukan menjadi sebetuk rancangan desain nyata yang nantinya diproduksi dan dijual perusahaan Haris, (2018). Dalam hal ini, desain merupakan salah satu unsur penting yang mendorong konsumen untuk membeli produk. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irfan Rizqullah Ariella, (2021), menyatakan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen,

namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Djoko Hananto, (2018) yang menyatakan bahwa desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor terakhir yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas Pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumendari kualitas pelayanan dapat menjadi penyebab peningkatan atau penurunan loyalitas konsumen, karena kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Kualitas pelayanan dapat menjadi strategi pertama untuk memberikan kepercayaan, kenyamanan, dan kepuasan oleh konsumen dengan produk kita dan bisa menjadikan alasan untuk para konsumen menjadi loyal dengan produk kita (Tjiptono,2016:57).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Isfahila, (2018) Handayani, (2020) Hilaliyah, (2017) Nugraha, (2020) Erpurini, (2019) menyatakan kualitas produk berpengaruh positif & signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasution, (2019) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Rinaldi & Christine, (2020) menyatakan kualitas produk, harga dan word of mouth berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menambahkan variabel desain produk & kualitas produk. Perbedaan penelitian ini dengan

penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian, yaitu konsumen interior Adaruz.

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Adaruz”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka perumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas produk, desain produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen interior Adaruz?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen interior Adaruz?
3. Apakah desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen interior Adaruz?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen interior Adaruz?

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan 4 variabel yang terdiri dari variabel independent (X) yaitu kualitas produk, desain produk dan kualitas

pelayanan. Kemudian variabel *dependent* (Y) yaitu kepuasan konsumen.

2. Penelitian ini mengambil subjek pelanggan yang pernah menggunakan jasa di Adaruz.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin diketahui yaitu:

1. Untuk menganalisis kualitas produk, desain produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk interior Adaruz?
2. Untuk menganalisis kualitas produk secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk interior Adaruz.
3. Untuk menganalisis desain produk secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk interior Adaruz.
4. Untuk menganalisis kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen interior Adaruz

E. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan juga praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa mendukung hipotesis-hipotesis yang mempengaruhi Kualitas Produk, Desain Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT. Adaruz khususnya didalam produk

interior Adaruz, dengan harapan dapat membawa perusahaan menjadi lebih baik lagi dan berkualitas.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi PT. Adaruz

Penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk & Kualitas Pelayanan di PT. Adaruz agar perusahaan ini bisa mengetahui apa saja yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

b. Bagi Pelanggan Adaruz

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi, tambahan informasi serta evaluasi bagi konsumen yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memperdalam ilmu manajemen di bidang pemasaran dalam hal mengimplementasikan teori dan praktek yang diperoleh selama perkuliahan dan wawasan kasus nyata di dunia bisnis.