

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan adanya kemajuan perekonomian, akan semakin banyak kompetitor yang akan dihadapi oleh suatu perusahaan terutama dalam perusahaan dagang. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat memberikan suatu dorongan positif yaitu dapat mendapatkan kepercayaan dan kesetiaan yang dapat memberikan citra positif tentang perusahaan tersebut kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau keinginan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira apabila harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, dan kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan, Kotler (2009 :39).

Dengan adanya kualitas produk yang baik akan dapat membantu perusahaan dalam memperluas pangsa pasar dan mempertahankan pelanggan. Mengenai kualitas produk itu sendiri dapat diukur dengan melihat sudut pandang pelanggan terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen menjadi hal yang sangat berpengaruh.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya pelanggan sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun . jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berfikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk (Kotler dan Amstrong,2008).

Kemampuan produk untuk memberikan kepuasan pada pelanggan akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dalam benak konsumen, sehingga memungkinkan konsumen menjadikan pilihan pertama bilamana akan terjadi pembelian diwaktu yang akan datang.

Perum Bulog Sub divre Gorontalo merupakan perusahaan umum milik negara yang bergerak di bidang logistik pangan. Ruang lingkup bisnis perusahaan meliputi usaha logistik/ pergudangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastik, usaha angkutan, perdagangan dan komoditi pangan. Sebagai perusahaan yang tetap mengemban tugas publik dari pemerintah, Bulog tetap melakukan kegiatan menjaga Harga dasar pembelian untuk gabah, stabilisasi harga khususnya harga pokok, menyalurkan beras untuk orang miskin (Raskin) dan pengelolaan stok pangan.

Kualitas produk merupakan faktor penting dalam menciptakan iklim belanja yang baik. Karena sekarang ini pelanggan semakin kritis dalam memilih sebuah produk maka Bulog Subdivre harus mampu mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru dengan memberikan produk yang berkualitas yang dapat membuat konsumen puas terhadap kualitas produk yang ada. Sesuai dengan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di lokasi penelitian bahwa kualitas produk yang ada pada Bulog Sub Divre Gorontalo masih kurang baik.

Berikut adalah tabel penjualan produk selama tiga tahun yang ada pada Bulog Sub Divre Gorontalo

Tabel 1.1 : Tabel penjualan Produk Di Bulog Sub Divre Gorontalo selama tiga tahun terakhir

No	Tahun	Produk / Karung	Harga (Rp)	Jumlah Penjualan
1.	2014	Beras	8000/kg	96 karung (4.800 Kg)
		Gula	12.500/kg	100 karung(5000 kg)
2.	2015	Beras	8000/kg	110 karung(5.500 Kg)
		Gula	12.500/kg	98 karung(4900 kg)
3.	2016	Beras	8000/kg	84 karung (4.200 Kg)
		Gula	12.500/kg	90 karung(4500 kg)

Sumber : Bulog Sub Divre Gorontalo

Tabel diatas menunjukkan bahwa fenomena yang terjadi pada bulog sub divre gorontalo bahwa terjadi Fluktuasi jumlah Penjualan disetiap tahun. Hal tersebut terjadi dikarenakan Bulog Sub Divre Gorontalo dapat meningkatkan Jumlah Penjualan hanya apabila ada OP(Operasi Pasar)

Hal tersebut menunjukkan bahwa terjadi perputaran pelanggan yang datang membeli produk pada Bulog Sub Divre Gorontalo.

Dengan demikian kualitas produk yang menjadi faktor yang sangat penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan melihat “ Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bulog Sub Divre Gorontalo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah apakah terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bulog Sub Divre Gorontalo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah pengetahuan dalam bidang kualitas dan pelayanan. di samping itu penulis diharapkan mengetahui masalah yang dihadapi oleh pengusaha khususnya di bidang marketing dengan mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai dasar yang objektif dalam pelayanan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh pengusaha khususnya di bidang marketing di masa yang akan datang.