

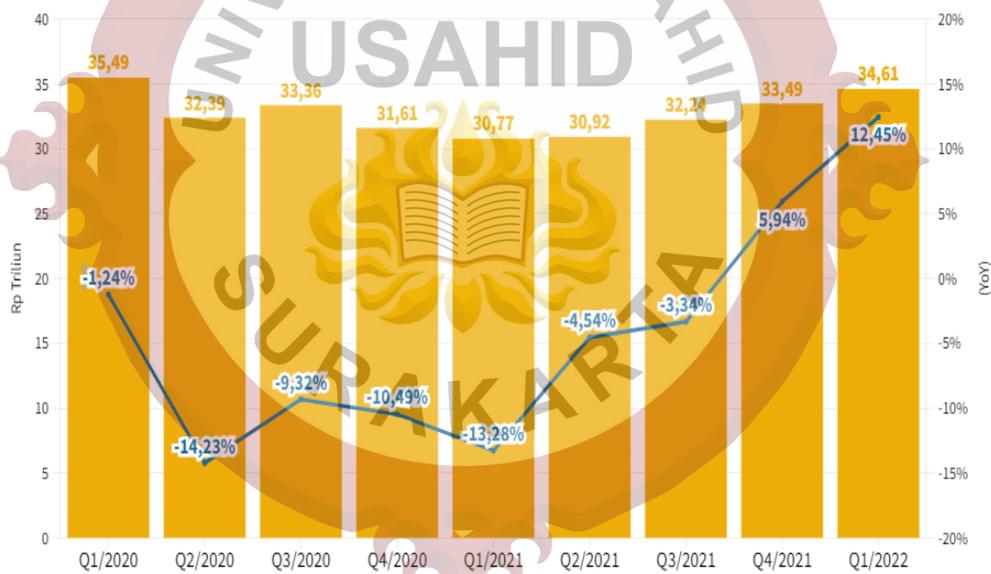
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini telah mengalami persaingan yang semakin ketat, khususnya pada industri tekstil dan pakaian jadi. Hal tersebut sesuai dengan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020–2022:

Gambar 1.1 PDB Industri Tekstil dan Pakaian Jadi
(Q1/2020 - Q1/2022)



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Dari data Badan Pusat Statistik tahun 2022 diatas, menunjukkan bahwa pertumbuhan bisnis dalam industri tekstil dan pakaian jadi pada tahun-tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Hal tersebut secara tidak langsung membuat persaingan bisnis semakin ketat. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dalam kompetisi tersebut.

Di Indonesia banyak perusahaan yang bergerak pada industri tekstil dan pakaian jadi, khususnya di Jawa Tengah. PT Iskandar Indah Printing Textile merupakan salah satu perusahaan tekstil yang berada di Laweyan kota Surakarta yang memiliki *Showroom* Batik untuk menjual dan memasarkan produk batik yang dihasilkan. *Showroom* Batik Iskandartex merupakan butik PT Iskandartex yang berada di jalan Pakel No. 11 Laweyan kota Surakarta. Untuk mempertahankan profit dan loyalitas konsumen dalam ketatnya persaingan bisnis, Batik Iskandartex sangat memperhatikan kepuasan konsumennya. Batik Iskandartex memiliki beberapa produk antara lain kain batik, sarung, kemeja, celana, rok, topi, tas dan lain sebagainya. Dengan memiliki produk yang inovatif, akan memberikan nilai lebih di mata konsumen, sehingga banyak konsumen yang tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan. Selain itu, perusahaan harus mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan agar dapat memuaskan konsumennya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang, serta dapat membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Membangun kepuasan konsumen memerlukan proses yang panjang, contoh usaha yang dapat dilakukan perusahaan yaitu dengan meningkatkan kualitas produk, memperhatikan harga jual atau persaingan harga dan meningkatkan citra produk ataupun citra perusahaan.

Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, karena kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen akan merasa puas ketika kebutuhannya terpenuhi. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Azis, Andri (2023) dalam penelitiannya bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli produk. Harga menjadi ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibeli. Ketika harga suatu produk sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan, maka hal itu akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Sehingga, harga dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal tersebut sesuai dengan pendapat Ariani, Syifa (2023) yang berpendapat bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Brand image juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik *brand image* suatu produk, maka akan berdampak pula pada kepuasan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Efendy, Nasrul (2021) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan perusahaan semakin dituntut bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Permasalahan yang selalu dihadapi oleh konsumen adalah bagaimana memilih butik atau toko yang menjual batik

berkualitas baik dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan. Konsumen saat ini termasuk *smart customer* yang kritis dan membutuhkan banyak pertimbangan sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul; **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen Batik Iskandartex”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Batik Iskandartex?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Batik Iskandartex?
3. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Batik Iskandartex?
4. Apakah kualitas produk, harga dan *brand image* secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Batik Iskandartex?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Batik Iskandartex.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Batik Iskandartex.

3. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen Batik Iskandartex.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan *brand image* secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen Batik Iskandartex.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen Batik Iskandartex.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur bagi peneliti dalam mengimplementasikan materi yang telah didapatkan selama diperkuliahan, serta diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti dalam menghadapi permasalahan secara nyata.

- b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan referensi bagi pimpinan dan pihak manajemen perusahaan untuk memperhatikan tingkat kepuasan konsumen perusahaan yang dipengaruhi dari beberapa faktor.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan perbandingan dan tambahan referensi yang dapat digunakan sebagai bahan wacana bagi penelitian selanjutnya dengan penelitian yang sama.

