

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan kinerja yang baik bagi Industri Tekstil dan Pakaian Jadi sangat diperlukan bagi perekonomian Indonesia, karena industri ini bisa diharapkan untuk kembali menjadi motor pertumbuhan industri di Indonesia. Selain itu industri ini dinilai sebagai industri yang akan berkembang pesat seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi. Sebagai salah satu sektor prioritas dalam pengembangan “*Making Indonesia 4.0*”, fokus utama Industri Tekstil dan Pakaian Jadi adalah untuk menjadi produsen “*functional clothing*” terkemuka (Kemenperin RI Edisi III, 2021).

Namun, perkembangan ini juga dihadapkan pada tantangan besar, terutama setelah dampak pandemi COVID-19 yang menyebabkan penurunan tajam dalam permintaan pasar. Industri ini mengalami kesulitan dalam mengembalikan daya beli konsumen, yang berimbas pada kinerja perusahaan-perusahaan pakaian. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan agar dapat merancang strategi yang lebih tepat sasaran.

PT Bikin Indonesia Berdaya salah perusahaan yang bergerak di bidang layanan pembuatan produk berfokus pada bidang pakaian. Perusahaan ini memiliki komitmen tinggi terhadap prinsip bisnis yang berkelanjutan. Visi perusahaan adalah menjadi brand layanan jasa produksi pakaian yang paling disukai dan dipercaya di

Indonesia tahun 2025. Untuk mewujudkan visi tersebut, misi yang perusahaan lakukan adalah memberikan pelayanan terbaik yang mengedepankan kepuasan pelanggan melalui profesionalitas kerja yang tinggi dan menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi.

Kepuasan Pelanggan adalah derajat emosi pelanggan setelah membandingkan antara apa yang diterimanya dengan harapannya (Umar dalam Trisnawati, 2023). Banyak cara yang dilakukan suatu perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggannya diantaranya adalah menetapkan harga yang tepat, memberikan kualitas pelayanan yang baik, serta memberikan fasilitas yang memadai (Nuryaman, 2020).

Menurut Kotler dan Amstrong (2017) harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”. Pelanggan akan merasa puas apabila harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas produk yang mereka terima. Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Fathoni (2024) dan Aladin (2020) pada perusahaan yang bergerak di bidang konveksi pakaian menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Praja (2018) pada salah usaha industri *fashion* yang menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Martono (2019) Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan yang dapat mempengaruhi daya saing bisnis. Pelanggan memiliki harapan tertentu terhadap layanan yang akan mereka terima,

Ketika kualitas pelayanan memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan tentunya hal tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Ramadhani (2023) dan Helmianto (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada salah satu bisnis *fashion*. Namun hasil lain ditunjukkan penelitian yang telah dilakukan oleh Wijaya (2023) pada salah satu konveksi pakaian menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh negative terhadap kepuasan pelanggan.

Fasilitas merupakan objek yang penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan (Suhardi dkk, 2022). Pelanggan akan merasa puas Ketika perusahaan berhasil menciptakan pengalaman yang nyaman dan mendukung kebutuhan pelanggan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Juliansyah (2021) pada perusahaan industry *fashion* menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil lain ditunjukkan oleh penelitian Rutjuhan dan Ismunandar (2020) yang menyatakan bahwa Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, serta adanya perbedaan pada hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk menguji kembali dengan judul penelitian "Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya "

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1 Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya?
- 1.2.2 Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya?
- 1.2.3 Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya?
- 1.2.4 Apakah harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya.
- 1.3.2 Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya.
- 1.3.3 Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya.
- 1.3.4 Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoretis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan tambahan wacana dan referensi yang berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

1.4.2 Manfaat praktis

1.4.2.1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai tolak ukur dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam upaya meningkatkan pelayanan dan memenuhi kebutuhan pelanggan