

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis, karena berkaitan dengan penilaian pelanggan terhadap kualitas produk yang diterima dibandingkan dengan harapan mereka. Dalam perspektif pemasaran modern, kepuasan pelanggan tidak hanya menjadi tujuan akhir perusahaan, tetapi juga menjadi dasar terbentuknya loyalitas pelanggan, word of mouth, dan hubungan bisnis jangka panjang (Abigail dkk., 2024; Ramli & Widyastuti, 2024). Pada industri bibit parfum, kepuasan pelanggan menjadi semakin penting karena sebagian besar pelanggan merupakan *business customer* seperti *reseller*, *brand owner*, dan pelaku UMKM yang sangat mempertimbangkan kualitas produk secara teknis dan konsisten.

Perkembangan industri parfum dan bibit parfum di Kota Bandung mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Meningkatnya jumlah produsen bibit parfum menyebabkan persaingan usaha semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk mampu menjaga kualitas produk secara konsisten agar pelanggan tetap merasa puas. Namun, berdasarkan hasil observasi awal pada CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung, masih ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

1. Permasalahan *price fairness*
Sebagian pelanggan menilai bahwa harga bibit parfum yang ditawarkan belum sepenuhnya mencerminkan kualitas produk yang diterima. Kondisi tersebut menyebabkan munculnya persepsi bahwa harga produk masih perlu disesuaikan dengan kualitas aroma dan performa bibit parfum sehingga pelanggan belum sepenuhnya merasakan kewajaran harga yang ditawarkan.
2. Permasalahan *expectation conformity*

Masih terdapat pelanggan yang menilai bahwa kualitas bibit parfum yang diterima belum sepenuhnya sesuai dengan harapan sebelum melakukan pembelian. Kondisi ini terlihat dari adanya penilaian bahwa performa aroma dan karakteristik produk pada beberapa kesempatan belum mampu memenuhi ekspektasi pelanggan secara optimal.

Masalah kepuasan pelanggan yang terjadi di atas disebabkan oleh sebagai

berikut:

1. Permasalahan *consistency*.
Konsistensi mutu antar-*batch* produksi belum sepenuhnya stabil sehingga pelanggan masih menemukan adanya perbedaan kualitas aroma pada pembelian yang berbeda. Kondisi tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan karena produk yang diterima belum selalu menunjukkan mutu yang seragam.
2. Permasalahan *conformance to specifications*
Masih terdapat bibit parfum yang aroma produknya belum sepenuhnya sesuai dengan spesifikasi atau karakteristik yang dijanjikan perusahaan. Akibatnya, sebagian pelanggan menilai bahwa produk yang diterima belum sepenuhnya memenuhi spesifikasi yang diharapkan.
Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsistensi mutu produk, kesesuaian

spesifikasi aroma, dan kestabilan aroma masih perlu ditingkatkan agar kualitas produk yang dihasilkan dapat lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi faktor yang penting untuk dikaji dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung.

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut dan hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung”**.

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana gambaran umum di CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung?
2. Bagaimana kondisi pelaksanaan kualitas produk bibit parfum yang dihasilkan oleh CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung?

3. Bagaimana kondisi kepuasan pelanggan terhadap produk bibit parfum CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung?
5. Hambatan dan usaha apa yang dilakukan dalam pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran umum CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung.
2. Mengetahui pelaksanaan kualitas produk bibit parfum yang dihasilkan oleh CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung.
3. Mengetahui kondisi kepuasan pelanggan terhadap produk bibit parfum CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung.
4. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung.
5. Mengetahui hambatan dan usaha yang dilakukan CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung dalam meningkatkan kualitas produk guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.1. 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian terdiri dari kegunaan teoritis yang didasarkan pada pertimbangan akademis serta kegunaan praktis yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian. Adapun kegunaan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Kegunaan secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan memperluas wawasan dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Administrasi Bisnis pada umumnya, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung.

b. Kegunaan secara Praktis**1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian serta penyusunan karya ilmiah, khususnya mengenai kualitas produk dan kepuasan pelanggan pada industri bibit parfum.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan evaluasi bagi CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung, khususnya dalam meningkatkan kualitas produk guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

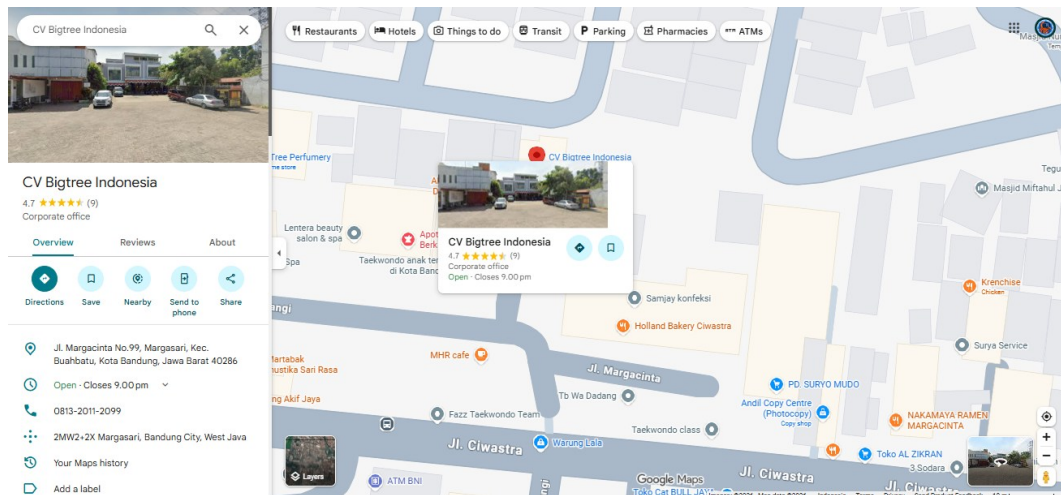
3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak lain yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenai kualitas produk dan kepuasan pelanggan, khususnya pada industri manufaktur berbasis aroma atau bibit parfum.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dilaksanakan pada CV Bigtree Indonesia di Kota Bandung yang beralamat di Jl. Margacinta No. 99 Ruko Mustika Hegar Regency, Cijawura, Buahbatu, Kota Bandung.



Gambar 1.1 Lokasi Penelitian

Sumber : Google Maps, 2026.

Lamanya penelitian ini terlampir pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

[illegible]

