



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN – PT NO : 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Kepuasan Konsumen Terhadap Elemen Produk Kaos
Kaki yang Diproduksi di CV Setia Jaya

Skripsi

Oleh

Ricky Setia Dwiputra

2012320123

Bandung

2017



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN – PT NO : 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Kepuasan Konsumen Terhadap Elemen Produk Kaos
Kaki yang Diproduksi di CV Setia Jaya

Skripsi

Oleh

Ricky Setia Dwiputra

2012320123

Pembimbing

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Bandung

2017



**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ricky Setia Dwiputra
Nomor Pokok : 2012320123
Judul : Kepuasan Konsumen Terhadap Elemen Produk Kaos Kaki
yang Diproduksi di CV Setia Jaya

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 18 Juli 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si.

: 

Sekretaris

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

: 

Anggota

Dr. M. Banowati Talim, M.Si.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ricky Setia Dwiputra
NPM : 2012320123
Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Kepuasan Konsumen Terhadap Elemen Produk
Kaos Kaki di CV Setia Jaya

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar.

Bandung, 6 Juni 2017



Ricky Setia Dwiputra

Abstrak

Nama : RickySetiaDwiputra

NPM : 2012320123

Judul : Kepuasan Konsumen Terhadap Elemen Produk Kaos Kaki yang Diproduksi di CV Setia Jaya

Intensitas persaingan yang semakin ketat membuat sebuah perusahaan harus tetap menjaga konsumen. Dalam kondisi pasar yang kompetitif, maka loyalitas pelanggan menjadi kunci kesuksesan. Kepuasan Konsumen menjadi titik utama dalam menjaga loyalitas konsumen terhadap perusahaan kita. Dengan melihat Elemen Elemen Produk dari sebuah produk yang di ciptakan perusahaan maka akan terlihat bagaimana kepuasan konsumen dapat didefinisikan.

Berdasarkan uraian tersebut, dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap elemen produk kaos kaki di CV Setia Jaya. CV Setia Jaya Socks merupakan perusahaan yang memproduksi kaos kaki. Perusahaan ini berlokasi di Jl. Kopo Permai II, Blok A no 2-6, Bandung dan memiliki lebih dari 50 tenaga kerja langsung. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuisisioner dengan jumlah responden sebanyak 100 (seratus) siswa / siswi di Sekolah Menengah Atas di Kota Bandung. Penyelesaian pengolahan data yang digunakan adalah dengan menggunakan spss terlebih dahulu untuk mengetahui data yang diperoleh adalah valid dan reliable dan dilanjutkan dengan metode perbandingan antara kinerja yang ada dengan harapan konsumen.

Berdasarkan pengolahan data tersebut, penulis mendapat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dalam 3 peringkat teratas Harapan responden akan produk adalah: (1) Harapan kaos kaki cacat yang diterima oleh konsumen dapat ditukar/dikembalikan; (2) Harapan memiliki berbagai ukuran kaos kaki; (3) Harapan model produk kaos kaki bermacam-macam, sedangkan 3 peringkat Kinerja perusahaan yang ada : (1) Kinerja ketahanan produk kaos kaki; (2) Kinerja keterkenalannya merek kaos kaki; (3) Kinerja kemudahan nama merek kaos kaki.

Berdasarkan rekapitulasi peringkat kepuasan konsumen dapat dikatakan bahwa responden tidak puas terhadap semua elemen produk yang ada di perusahaan, 3 peringkat teratas kepuasan responden yang ada adalah: (1) Merek kaos kaki yang sudah terkenal menunjukkan nilai harapan 3,46 dan kinerja 3,42; (2) Nama merek kaos kaki yang mudah diingat menunjukkan nilai harapan 3,71 dan kinerja 3,42; (3) Label kaos kaki yang menarik dan bagus menunjukkan nilai harapan 3,96 dan kinerja 3,42. Sedangkan 2 peringkat terendah ketidakpuasan konsumen akan produk yang ada adalah: (1) Produk kaos kaki nyaman digunakan menunjukkan nilai harapan 4,53 dan kinerja 3,19; (2) Model produk kaos kaki bermacam-macam menunjukkan nilai harapan 4,61 dan kinerja 3,42. Jadi, berdasarkan hasil tersebut konsumen tidak puas dengan kinerja perusahaan.

Abstract

Name : RickySetiaDwiputra

NPM : 2012320123

Title : Customer Satisfaction of The Product Elements of Socks produced by CV Setia Jaya

An intense competition causes the company to keep their consumers. In a competitive market condition, consumer loyalty is the key to success. Customer satisfaction becomes the main point in maintaining customer loyalty in our company. We can see how the consumer satisfaction is defined by seeing the product elements created by the company.

Based on the description, a research purposing to find out about the customer satisfaction of the product elements of socks produced by CV Setia Jaya is done. CV Setia Jaya is a company that produces socks. It is located in Jl. Kopo Permai II, Block A no 2-6, Bandung and currently has more than 50 direct labors. This research is quantitative with a descriptive research method. Data collection technique used were interviews and questionnaires, with 100 respondents from high school students located in Bandung. To know whether the data obtained is valid and reliable, the data is firstly being preceded using SPSS, followed by a comparison method between existing performance and consumer expectations.

Based on the data processing, the authors get the results that 3 things most expected by consumers are: (1) Goods can be exchanged or returned, (2) Various sizes of socks, and (3) Various models of socks. While the 3 existing company performances are: (1) Performance of product resilience, (2) Performance of a well-known socks brand, (3) Performance of ease brand socks to be remembered.

Based on the recapitalization of the rating level of customer satisfaction, can be said that the respondents are not satisfied with all elements of existing products in the company. The 3 highest rating of customer satisfactions are: (1) The famous brand of socks with 3,46 expectations value and 3,42 performance value, (2) The ease brand of socks to be remembered with 3,71 expectations value and 3,42 performance value, and (3) Interesting label of socks with 3,96 expectations value and 3,42 performance value. While two of the lowest rating of customer satisfactions are: (1) Socks are comfortable to be used with 4,53 expectations value and 3,19 performance value, and (2) The various models of socks with 4,61 expectations value and 3,42 performance value. So it can be concluded that consumers are not satisfied with the performance of the company.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir di CV Setia Jaya Socks ini dengan baik. Tugas Akhir ini berjudul “KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ELEMEN PRODUK KAOS KAKI YANG DIPRODUKSI DI CV SETIA JAYA”. Tugas akhir ini merupakan salah satu persyaratan akademik untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Tugas akhir ini terdiri dari 6 bab, yaitu :

- Bab 1 Pendahuluan
- Bab 2 Kajian Pustaka
- Bab 3 Metode Penelitian
- Bab 4 Subjek Penelitian
- Bab 5 Pembahasan Hasil Penelitian
- Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini:

1. Bapak James Rianto Situmorang, Drs., M.M. yang telah menjadi dosen pembimbing penulis dalam pembuatan tugas akhir yang telah menyisihkan tenaga, pikiran, dan meluangkan waktu untuk membimbing dan memberi saran kepada penulis dalam menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini.

2. Bapak Krisnadi Setia Pratama, selaku pembimbing penulis di CV Setia Jaya yang telah memberikan pengarahan kepada penulis dan membimbing penulis selama melaksanakan Kerja Praktek ini.
3. Seluruh *staff* dan karyawan CV Setia Jaya telah banyak membantu penulis dalam melaksanakan Kerja Praktek.
4. Seluruh *staff* dosen, administrasi Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
5. Keluarga yang telah memberi dukungan dan semangat selama penulis menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
6. Teman-teman Administrasi Bisnis 2012 yang berjuang bersama menyelesaikan studi di Universitas Katolik Parahyangan
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis menyelesaikan laporan ini.

Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang terdapat pada tugas akhir ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang dapat membangun dan memotivasi penulis untuk memperbaiki penyusunan tugas akhir ini. Semoga hasil tugas akhir ini bermanfaat dan memberikan informasi bagi semua pihak dan bagi penulis.

Bandung, 6 Juni 2017

(Ricky Setia Dwiputra)

Daftar Isi

Abstrak	i
<i>Abstract</i>	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
BAB 1 Pendahuluan.....	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2. Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4. Pembatasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.5. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6. Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 2 Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1. Definisi Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Pengaruh Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Kepuasan Konsumen diukur dari kualitas produk	Error! Bookmark not defined.
2.2. Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Definisi Produk	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Elemen Produk	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. Tingkatan Produk	Error! Bookmark not defined.
2.3. Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Elemen Produk	Error! Bookmark not defined.
2.4. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
BAB 3 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1. Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.

3.2. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3. Populasi dan Sample.....	Error! Bookmark not defined.
3.4. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6. Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
BAB 4 Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1. Data Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2. Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3. Visi, Misi, dan Strategi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.4. Job Description Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.5. Produk Produk yang di Produksi CV Setia Jaya	Error! Bookmark not defined.
BAB 5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.1. Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
5.2.1. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
5.2.2. Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
5.3. Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
5.3.1. Usia.....	Error! Bookmark not defined.
5.3.2. Tingkat Kelas	Error! Bookmark not defined.
5.4. Faktor Harapan dan Kinerja CV Setia Jaya.	Error! Bookmark not defined.
5.4.1. Harapan Produk.....	Error! Bookmark not defined.
5.4.2. Kinerja Produk	Error! Bookmark not defined.
5.5. Kepuasan Konsumen Terhadap Elemen Produk CV Setia Jaya....	Error! Bookmark not defined.
BAB 6 Kesimpulan dan Saran	Error! Bookmark not defined.
6.1. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.

6.1.1. Harapan	Error! Bookmark not defined.
6.1.2. Kinerja Produk	Error! Bookmark not defined.
6.1.3. Kepuasan Responden	Error! Bookmark not defined.
6.2. Saran	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka	73
Daftar Lampiran	76

Daftar Tabel

Tabel 1.1	10 Besar Perusahaan Kaos Kaki di Indonesia	2
Tabel 1.2	Alasan Konsumen Membeli Kaos Kaki Berdasarkan Elemen Produk ...	3
Tabel 1.3	Data Produksi Kaos Kaki di CV Setia Jaya.....	6
Tabel 1.4	Data Pesanan Kaos Kaki CV Setia Jaya.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1	Pembobotan Tingkat Harapan Konsumen.....	26
Tabel 3.2	Pembobotan Tingkat Kinerja Konsumen	27
Tabel 3.3	Pembobotan Tingkat Harapan Produk.....	30
Tabel 3.4	Pembobotan Tingkat Kinerja Produk	31
Tabel 4.1	Kaos Kaki yang Diproduksi CV Setia Jaya.....	35
Tabel 5.1	Uji Validitas Harapan Elemen Produk CV Setia Jaya.....	37
Tabel 5.2	Uji Validitas Kinerja Elemen Produk CV Setia Jaya	38
Tabel 5.3	Uji Reliabilitas Harapan Elemen Produk CV Setia Jaya.....	39
Tabel 5.4	Uji Reliabilitas Kinerja Elemen Produk CV Setia Jaya	40
Tabel 5.5	Usia Responden	41
Tabel 5.6	Kelas Responden	42
Tabel 5.7	Harapan Desain Kaos Kaki yang Menarik	44
Tabel 5.8	Harapan Desain Kaos Kaki Dapat Dibuat Sesuai Keinginan Konsumen.....	45
Tabel 5.9	Harapan Mengenai Kualitas Bahan Baku yang Baik	45
Tabel 5.10	Harapan Mengenai Bahan Baku Tidak Menggunakan Bahan Kimia ...	46
Tabel 5.11	Harapan Mengenai Kualitas Produk Kaos Kaki yang Baik	47
Tabel 5.12	Harapan Mengenai Produk Kaos Kaki yang Nyaman Digunakan	47
Tabel 5.13	Harapan Mengenai Produk Kaos Kaki Tahan Dalam Jangka Waktu Lama	48
Tabel 5.14	Harapan Mengenai Merek Kaos Kaki yang Sudah Terkenal	48
Tabel 5.15	Harapan Mengenai Merek Kaos Kaki yang Mudah Diingat	49
Tabel 5.16	Harapan Mengenai Label Kaos Kaki yang Menarik	49

Tabel 5.17	Harapan Mengenai Label Kaos Kaki Memberikan Petunjuk Penggunaan.....	50
Tabel 5.18	Harapan Mengenai Label Kaos Kaki Jelas Dibaca	51
Tabel 5.19	Harapan Mengenai Produk Kaos Kaki yang Diterima Tidak Cacat.....	51
Tabel 5.20	Harapan Mengenai Kaos Kaki Cacat yang Diterima oleh Konsumen dapat Ditukar / Dikembalikan	52
Tabel 5.21	Harapan Mengenai Kemasan Plastik Kaos Kaki yang Diberikan Rapih.....	52
Tabel 5.22	Harapan Mengenai Kemasan Plastik Melindungi Kaos Kaki dengan Baik.....	53
Tabel 5.23	Harapan Mengenai Memiliki Berbagai Ukuran Kaos Kaki	53
Tabel 5.24	Harapan Mengenai Model Produk Kaos Kaki Berbagai-bagai	54
Tabel 5.25	Rekapitulasi Harapan Mengenai Produk Kaos Kaki CV Setia Jaya Berdasarkan Urutan Pernyataan	55
Tabel 5.26	Rekapitulasi Harapan Mengenai Produk Kaos Kaki CV Setia Jaya Berdasarkan Urutan Dari yang Tertinggi dan Terendah	56
Tabel 5.27	Kinerja Mengenai Desain Kaos Kaki CV Setia Jaya	57
Tabel 5.28	Kinerja Mengenai Kesesuaian Keinginan Konsumen Tentang Desain Kaos Kaki CV Setia Jaya	58
Tabel 5.29	Kinerja Mengenai Kualitas Bahan Baku Kaos Kaki CV Setia Jaya	58
Tabel 5.30	Kinerja Mengenai Tidak Adanya Penggunaan Bahan Kimia yang Membahayakan Kulit pada Bahan Baku Kaos Kaki CV Setia Jaya	59
Tabel 5.31	Kinerja Mengenai Kualitas Produk Kaos Kaki CV Setia Jaya.....	60
Tabel 5.32	Kinerja Mengenai Kenyamanan Produk Kaos Kaki CV Setia Jaya.....	60
Tabel 5.33	Kinerja Mengenai Ketahanan Produk Kaos Kaki CV Setia Jaya.....	61
Tabel 5.34	Kinerja Mengenai Terkenalnya Merek Kaos Kaki CV Setia Jaya.....	61
Tabel 5.35	Kinerja Mengenai Kemudahan Diingat Merek Kaos Kaki CV Setia Jaya	62
Tabel 5.36	Kinerja Mengenai Label Kaos Kaki yang menarik dan bagus CV Setia Jaya.....	62

Tabel 5.37	Kinerja Mengenai Petunjuk Pemakaian Label Kaos Kaki CV Setia Jaya	63
Tabel 5.38	Kinerja Mengenai Jelasnya Label Kaos Kaki CV Setia Jaya.....	63
Tabel 5.39	Kinerja Mengenai Tidak Adanya Penerimaan Barang Cacat Produk Kaos Kaki CV Setia Jaya	64
Tabel 5.40	Kinerja Mengenai Pengembalian Kaos Kaki CV Setia Jaya yang Cacat	64
Tabel 5.41	Kinerja Mengenai Kemasan Kaos Kaki CV Setia Jaya.....	65
Tabel 5.42	Kinerja Mengenai Perlindungan Kemasan Plastik Kaos Kaki CV Setia Jaya	65
Tabel 5.43	Kinerja Mengenai Berbagai Ukuran yang Dimiliki Kaos Kaki CV Setia Jaya	66
Tabel 5.44	Kinerja Mengenai Macam Produk Kaos Kaki CV Setia Jaya.....	66
Tabel 5.45	Rekapitulasi Kinerja Elemen Produk Kaos Kaki CV Setia Jaya.....	67
Tabel 5.46	Rekapitulasi Kinerja Elemen Produk Kaos Kaki CV Setia Jaya Berdasarkan Urutan dari yang Tertinggi – Terendah.....	68
Tabel 5.47	Kepuasan Konsumen Terhadap Elemen Produk CV Setia Jaya	69
Tabel 5.48	Peringkat Kepuasan Konsumen Terhadap Elemen Produk CV Setia Jaya	69

Daftar Gambar

Gambar 4.1	Struktur Organisasi CV Setia Jaya	33
Gambar 4.2	Produk Kaos Kaki SMAK Kalam Kudus.....	33
Gambar 5.1	Usia Responden	42
Gambar 5.2	Tingkat Kelas.....	43

Daftar Lampiran

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian/ Pengumpulan Data di CV Setia Jaya	82

BAB 1

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Intensitas persaingan yang semakin meningkat menuntut suatu perusahaan untuk merancang strategi bersaing dalam dunia bisnis. Tujuan dasar suatu bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan nilai bagi pelanggan. Penambahan nilai mengandung arti penciptaan pelanggan yang puas, karyawan yang layak dan laba besar. Saat ini, makin banyak perusahaan yang menyadari bahwa mempertahankan pelanggan lama lebih dirasakan lebih panjang daripada menfokuskan upaya pencarian pelanggan baru. Kesadaran tersebut diwujudkan dengan program – program perusahaan yang membuat komitmen jangka panjang untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui pelayanan yang makin efektif dan efisien serta terus melakukan inovasi – inovasi terhadap produk dan jasa yang ditawarkan akan mendorong kepuasan konsumen itu sendiri untuk memutuskan barang tersebut layak untuk dibeli atau tidak

Dalam kondisi pasar yang kompetitif maka loyalitas pelanggan menjadi kunci kesuksesan, saat ini pemasaran bukan hanya sekedar pertempuran produk akan tetapi menjadi pertempuran persepsi konsumen. Persepsi konsumen sangat penting dalam melakukan pembelian. Keunggulan dalam jangka panjang tersebut ternyata lebih ditentukan oleh factor seberapa jauh konsumen merasa senang akan loyalitas merek yang dibangun perusahaan itu sendiri. Maka tidak mengherankan jika beberapa usaha yang memiliki jenis produk yang sama memiliki persepsi

yang berbeda di benak kosumen. Kondisi ini adalah tugas perusahaan untuk mengetahuinya. Jika loyalitas produk suatu perusahaan tidak sesuai dan tidak dapat memenuhi keinginan konsumen, maka konsumen akan merasa tidak puas. Hal ini juga akan mengakibatkan loyalitas konsumen atas perusahaan tersebut akan menurun di mata konsumen.

Seperti halnya industri kaos kaki saat ini yang berkembang dengan inovasi produk yang dilakukan perusahaan. Hal yang diperhatikan oleh suatu perusahaan adalah kualitas untuk memberikan kenyamanan penggunaan kepada customer dan untuk menarik niat beli konsumen. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia kaos kaki adalah sarung kaki yang berguna untuk menutupi kaki yang berfungsi untuk melindungi kaki dari gesekan langsung dengan alas kaki, menyerap keringat, dan menjaga kaki agar tetap hangat.

Pada awalnya kaos kaki terbuat dari bulu binatang yang keriting, bahan untuk pembuatan kaos kaki biasanya terbuat dari wol, katun, akrilik, bahkan campuran dari nilon, pada perkembangannya terdapat banyak jenis kaos kaki baik dari segi panjang, ketebalan, warna, bahkan fungsinya. Banyak perusahaan yang memproduksi Kaos Kaki di Indonesia. Ini merupakan data 10 besar perusahaan Kaos kaki di Indonesia.

Tabel 1.1
10 besar perusahaan kaos kaki di Indonesia

Aneka Produksi	Setia Jaya
Kahatex	Segala Jaya
Matahari	Sumber Mas
Laksana Jaya	Sinar Rejeki
Pasific	Citra

Dari data di atas tersebut, perusahaan yang diteliti yaitu CV Setia Jaya, perusahaan ini merupakan industri manufaktur yang membuat produk kaos kaki. Kebutuhan kaos kaki yang ada di Indonesia sangatlah banyak. Kaos kaki merupakan salah satu bahan pangan sekunder yang banyak dibutuhkan oleh semua orang dari yang masih kecil sampai yang sudah tua. Kaos kaki yang di produksi banyak macam jenis dari ukuran, warna, bentuk, hingga bahan untuk membuat kaos kaki. Dalam pembuatan kaos kaki yang dilakukan di CV Setia Jaya, dibutuhkan benang dalam jumlah cukup banyak untuk memproduksi kaos kaki secara massal. CV Setia Jaya mengambil bahan baku (benang) ke beberapa perusahaan. Benang yang di ambil antara lain: *Spandex, Karet, Nylon, Katun*, dsb. Berdasarkan kuisisioner yang dibagikan kepada 30 konsumen yang membeli kaos kaki di CV Setia Jaya, terdapat 7 elemen produk yang ada dan masing-masing memiliki nilai tersendiri, dan dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa :

Tabel 1.2
Alasan Konsumen Membeli Kaos Kaki Berdasarkan Elemen Produk

Alasan	Jumlah	%
1. Kualitas Kaos Kaki yang Baik	4	13.3%
2. Design Kaos Kaki yang Menarik Perhatian Konsumen	3	10%
3. Banyak Ragam Kaos Kaki yang di Produksi Setia Jaya	4	13.3%
4. Merek yang di Produksi Setia Jaya dikenal	5	16.7%
5. Packaging Setia Jaya Menarik	4	13.3%
6. Pelayanan Pegawai yang di Berikan	5	16.7%
7. Jaminan dan Produk yang Bisa Dipertanggungjawabkan	5	16.7%
TOTAL	30	100%

Sumber : Kuesioner berdasarkan 30 Konsumen yang membeli kaos kaki di Setia Jaya dan memberikan feed back kepada Setia Jaya

Berdasarkan hasil kuisisioner kepada konsumen, didapatkan bahwa tidak ada elemen produk yang menonjol dari perusahaan, konsumen membandingkan dengan produk pesaing. Berdasarkan hasil kuisisioner pun, pemilik menyetujui

adanya permasalahan yang ada pada perusahaannya. Kualitas kaos kaki yang ada di perusahaan sering dibandingkan oleh konsumen dengan para pesaing karena banyaknya pesaing yang ada. Design kaos kaki yang ada di perusahaan tergolong sedikit dikarenakan terbatasnya kualitas mesin di CV Setia Jaya untuk menggambar dan memodel design tersebut, mesin pabrik yang tidak dapat memadai untuk banyak gambar karena mesin yang lebih canggih membutuhkan biaya tambahan, sehingga jika pemilik perusahaan ingin menggunakan mesin tersebut harus menambah biaya yang cukup besar untuk membeli mesin tersebut. Untuk keragaman produk yang ada di perusahaan masih tergolong sedikit mengakibatkan beberapa permintaan konsumen tidak terpenuhi, seperti konsumen yang menginginkan kaos kaki bayi, soka, dan lain – lain. Merek yang di produksi oleh perusahaan, beberapanya di kenal oleh kalangan luas dan tentunya para konsumen, contohnya Nevada, Rambo, Hunter, dll. Untuk packaging kaos kaki, perusahaan menggunakan plastic dan tempelan stiker untuk merek yang ada dan disesuaikan. Pelayanan yang di berikan perusahaan adalah melalui via telepon dan sample produk akan di kirimkan melalui pengiriman barang, dan jaminan produk yang ada dapat dipertanggung jawabkan karena selama ini perusahaan meminimasi produk yang cacat dan bahkan tidak ada produk yang cacat

Dari hasil data tersebut didapat bahwa konsumen merasa kurang puas dengan kualitas produk di perusahaan, design yang kurang menarik, sedikitnya keragaman produk yang ada di perusahaan dan packaging yang masih biasa saja, maka penulis akan memilih untuk membahas tentang kepuasan konsumen terhadap elemen produk yang di produksi oleh CV Setia Jaya, sehingga

perusahaan harus mencari kualitas bahan baku yang lebih baik dan lebih memperhatikan pada setiap barang yang di produksi agar menghasilkan kualitas barang jadi yang maksimal. Masalah ini perlu dibahas karena dari dengan kualitas barang yang lebih baik dapat membuat tidak terjadinya penjualan sales menurun dan membuat distributor yang biasa mengambil barang dari CV Setia Jaya pindah menjadi distributor pabrik lain dan terjadi semakin menurunnya sales pada CV Setia Jaya.

Dengan banyak nya konsumen yang mencari produk kaos kaki di CV Setia Jaya, maka inilah beberapa pesanan konsumen yang memesan produk kaos kaki di Setia Jaya dalam jangka waktu 1 tahun:

Tabel 1.3
Data Produksi Kaos Kaki di CV Setia Jaya

Nama Produk	Jumlah
Kaos Kaki Sekolah	±10.000 lusin
Kaos Kaki TNI	± 8.000 lusin
Kaos Kaki Costum Design	±7.500 lusin
Kaos Kaki Sport	±7.000 lusin

Sumber : Data produksi dari CV Setia Jaya

Dari latar belakang masalah diatas maka penulis mengambil kesimpulan judul yaitu **“Kepuasan Konsumen Terhadap Elemen Produk Kaos Kaki di CV Setia Jaya”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan diatas,maka penulis mengidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

- Bagaimana kepuasan konsumen terhadap elemen produk kaos kaki di CV Setia Jaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan agar dapat memberikan jawaban yang sesuai atas identifikasi masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, yaitu :

- Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap elemen produk kaos kaki di CV Setia Jaya.

1.4. Pembatasan Masalah

Tabel 1.4
Data Pesanan Kaos Kaki CV Setia Jaya

No	Nama Sekolah	No	Nama Sekolah
1	SMPN 8 Manado	16	SD 3 Sidokumpul
2	SMKN Martapura	17	SD 02 Manado
3	SMPN 8 Surabaya	18	SMK 1 Kota Baru
4	SDN Pangudi Luhur	19	SMKN 20 Samarinda
5	MTS Al-Ikhlas	20	SMP 11 Surabaya
6	MTS Banjar Selatan	21	SMA Cahaya
7	SMK 3 Manado	22	SMA Kemala Bhayangkari
8	SMK Pangudi Luhur	23	BPK Penabur Cirebon
9	Sekolah Pandu	24	Sekolah Baptis
10	SMK Banjar Baru	25	MTS Nahdatul Ulama
11	SMK Kr Tombatu	26	MTS Tabah
12	SDK Kalam Kudus	27	MTS Pandaan
13	SD Advent	28	Madrasah Alliyah
14	MI Al Hamid	29	MA Darusalam
15	SDN 001 Sengsel	30	TK Unklab

Sumber : Data pesanan kaos kaki di CV Setia Jaya

Karena banyaknya pesanan kaos kaki yang di buat oleh CV Setia Jaya dan jika diteliti, maka akan dibatasi pesanan yang akan diteliti adalah untuk data pesanan sekolah. Data pesanan ini mengikuti peringkat data pesanan CV Setia Jaya.

1.5. Manfaat Penelitian

- Bagi penulis, kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah mendapatkan suatu informasi yang sangat berguna bagi penulis untuk menambah wawasan serta pengetahuan elemen produk kaos kaki di Setia Jaya.
- Bagi perusahaan, penelitian ini berguna untuk membantu perusahaan meminimalisir masalah yang ada di perusahaan.
- Bagi universitas, penelitian ini diharapkan berguna sebagai acuan ataupun bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

1.6. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Objek dari penelitian ini adalah CV Setia Jaya yang terletak di Kopo Permai blok A no 2-6. Bandung, Indonesia.