

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. KAJIAN PUTAKA**

Dalam bab ini penulis mencoba membahas permasalahan yang berhubungan dengan objek penelitian melalui referensi yang memuat teori-teori yang mendukung.

##### **2.1.1. KUALITAS PRODUK**

###### **2.1.1.1. PENGERTIAN KUALITAS PRODUK**

Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran. Pelanggan akan menilai suatu produk berdasarkan fitur dan kualitas produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:283) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:143) mendefinisikan kualitas produk adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan.

Menurut Winata dan Gienardy (2013:531) kualitas produk adalah salah satu yang digunakan oleh pemasar untuk melakukan positioning.

Menurut Oliver dalam mulyono (2008:20) dalam pandangan konsumen, nilai suatu produk merupakan kualitas produk yang dinikmati konsumen dengan pengorbanan sejumlah uang atau sumber daya yang lain.

Mulyono (2008:20) kualitas produk memiliki variable berupa spesifikasi yang sesuai, kualitas yang tahan lama dan kualitas yang dapat dipercaya.

Berdasar pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu bentuk barang dan jasa yang diukur dalam tingkatan standar mutu keandalan, keistimewaan tambahan, kadar, rasa, serta fungsi kinerja dari produk tersebut yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

### **2.1.2. DIMENSI KUALITAS PRODUK**

Ada delapan dimensi kualitas yang dikembangkan oleh David Garvin dalam (Fandy Tjiptono, 2008:93) dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis. Terutama untuk produk manufaktur. Dimensi-simensi tersebut adalah

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan kerusakan atau gagal dipakai
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

6. Kemampuan pelayanan *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetisi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika (*aesthetics*), yaitu daya Tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya.

### 2.1.3. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa hasil dari penelitian yang didapat penulis sebagai acuan untuk dijadikan perbandingan.

**Tabel 2.1**

**Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian/Judul Referensi	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Kualitas Produk Kaos Kaki Pada Pt Aneka Produksi Nusajaya Bandung Oleh: Vita Novita Trisna.N (2006)	Kualitas Produk Kaos Kaki pada PT. Aneka Produksi Nusajaya dapat diketahui bahwa Produk Kaos Kaki memiliki tingkat kualitas yang cukup baik.	Ada variable yang sama yang akan diteliti yaitu kualitas produk	– Penelitian dilakukan di PT. Aneka Produksi Nusajaya Bandung
2	Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengecatan Velg Pada Toko Solex Bandung Oleh: Aulia rizkita (2017)	Kualitas produk di Toko Solex Bandung diketahui bahwa nilai persentase yang didapat sebesar 37,6%.	– Metode analisis menggunakan analisis deskriptif – Menggunakan skala ordinal	– Topik yang digunakan yaitu kualitas pelayanan jasa – Penelitian yang dilakukan di

		Nilai tersebut tergolong tidak baik		toko solex bandung
3	Analisis Kualitas Produk Fermentasi Beras (Red Fermented Rice) Dengan Monascus Purpureus 3090 Oleh: Djumhawan R. Permana, Sunnati Marzuki, D. Tisnadjaja (2003)	Kapang M. purpureus 3090 yang diisolasi dari produk tepung monascus pada kondisi populasi mikroorganisme campuran masih menunjukkan daya viabilitas. Proses sterilisasi menggunakan autoklaf terhadap PTM-244 menunjukkan efektifitas cukup tinggi untuk mematikan mikroorganisme, sehingga produk tersebut aman dikonsumsi.	Ada variable yang sama yang akan diteliti yaitu kualitas produk	– Objek Penelitian Pada Fermentasi Beras ( <i>Red Fermented Rice</i> ) Dengan <i>Monascuc Purpureus</i> 3090
4	Analisis Kualitas Produk Milk Cup BMC ( <i>Bandoengsche Melk Centrale</i> ) Bandung Oleh: Oktaviani Suwarna (2011)	Hasil penelitian kualitas produk dinilai cukup baik oleh konsumen	– ada variable yang sama yang akan diteliti yaitu kualitas produk – menggunakan skala ordinal	Penelitian yang dilakukan di BMC ( <i>Bandoengsche Melk Centrale</i> ) Bandung.
5	Analisis Kualitas Produk T-Shirt Pada Clothing Underdog Division Di Bandung Oleh: Fitriani Fatimah Lestari (2017)	Hasil penelitian kualitas produk dinilai kurang baik oleh konsumen	– ada variable yang sama yang akan diteliti yaitu kualitas produk – menggunakan skala ordinal	Penelitian yang dilakukan pada Clothing Underdog Division Bandung

## **2.2.KERANGKA PEMIKIRAN**

Pada saat ini perusahaan yang bergerak dibidang perkebunan khususnya kopi semakin banyak. Sehingga, menuntut setiap perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk yang unggul dan berkualitas. Kualitas produk merupakan suatu penilaian terhadap tingkat produk yang diterima dengan tingkat produk yang diharapkan.

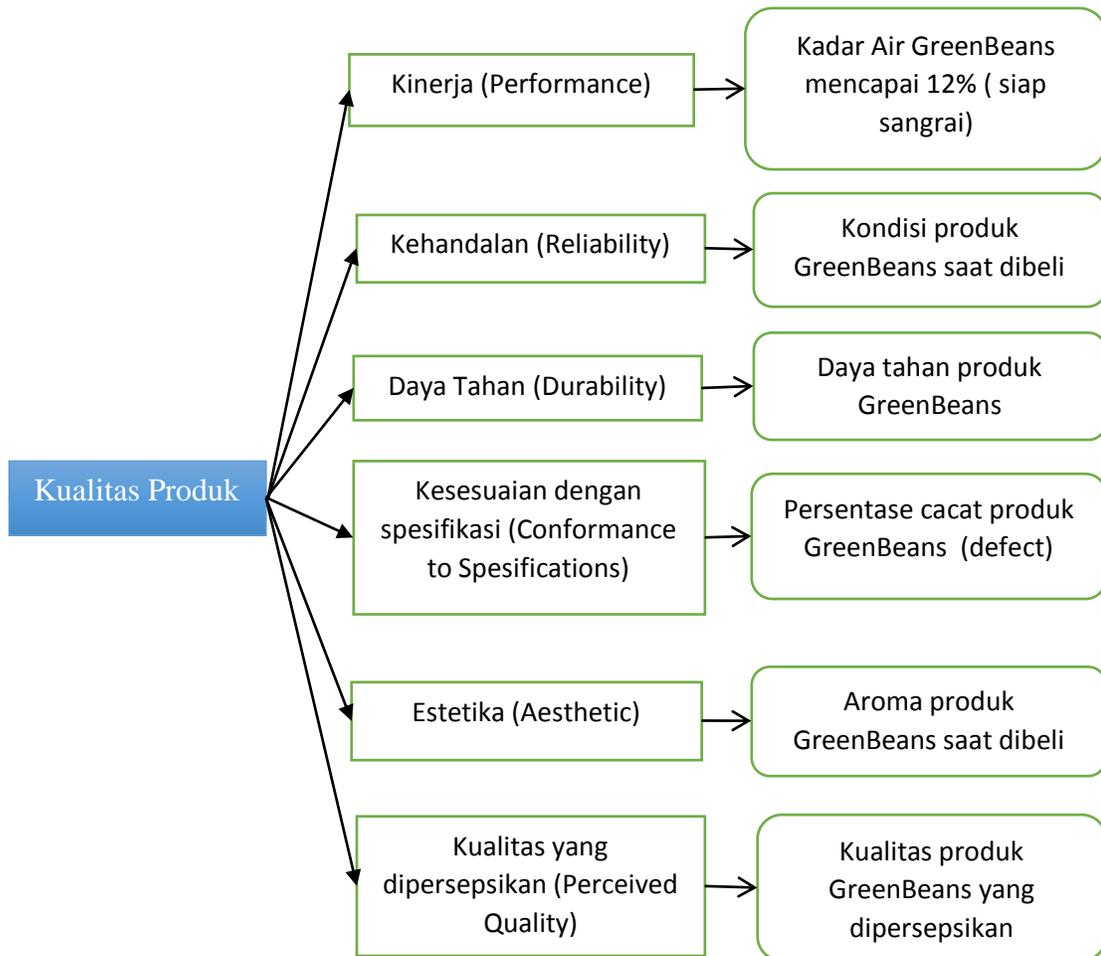
Kualitas produk dalam dunia industri kopi arabika telah berkembang dan menjadi perhatian bagi pemasar dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan yang dihasilkan dapat diminati konsumen serta kualitas produk yang baik akan membuat konsumennya setia pada produk. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik, maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang, sedangkan bila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan dalam industri kopi arabika dalah dengan memberikan kualitas produk yang baik. kualitas produk GreenBeans tidak hanya dilihat dari warna dan aroma GreenBeans tetapi dilihat juga dari kinerja produk, daya tahan produk, dan juga kesesuaian dengan spesifikasi produk dalam memilih produk GreenBeans yang berkualitas.

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas, maka penulis dapat menyimpulkan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini. Indikator

dalam penelitian ini penulis menggunakan enam indikator yang terdapat dalam produk

*GreenBeans* yaitu;



**Gambar 2.1**

**Skema Kerangka Pemikiran**