

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan perekonomian saat ini banyak terjadi perubahan dan kemajuan yang terjadi dalam bisnis ritel, dalam memasuki persaingan yang semakin kompetitif setiap perusahaan harus secara mutlak dapat memuaskan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan akan tercipta manakala keinginan dan harapan dapat diwujudkan perusahaan. Sehingga menyebabkan para pelanggan lebih teliti dalam menganalisis berbagai alternatif pilihan produk sebelum memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk yang di tawarkan dipasar. Perubahan dan kemajuan secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perubahan dalam mempertahankan pasar. Persaingan bisnis yang di hadapi toko – toko pada saat ini sangat ketat sehingga menuntut manajemen toko untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasa agar dapat memenangkan persaingan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, persaingan antara usaha sekarang semakin pesat dikarenakan banyaknya bisnis ritel yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Semakin banyaknya populasi maka semakin banyak pula permintaan yang diajukan masyarakat. Salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Toko Kawan Kita adalah tempat usaha dimana menyediakan perlengkapan rumah tangga yang di perlukan oleh pelanggan. Biasanya Toko Kawan Kita akan selalu ramai pengunjung pada akhir pekan, bukan hanya pada hari sabtu dan minggu, tetapi ketika akan menyabut hari raya Idul Fitri, dan hari besar lainnya, dan juga karena lokasi yang strategis yang berdekatan dengan pasar dimana pelanggan selesai berbelanja kebutuhan dapur, kebanyakan pelanggan akan datang ketoko untuk membeli perlengkapan rumah tangga. Untuk mempertahankan persaingannya, Toko Kawan Kita juga harus mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas produk, mempertahankan harga, dan meningkatkan kualitas pelayanan demi memenangkan persaingan pasar. Pelanggan merupakan faktor terpenting bagi perkembangan suatu perusahaan karena tanpa pelanggan perusahaan tidak akan dapat menjalankan usahanya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu

yang lebih berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada pelanggan. Salah satu faktor yang dapat memberikan kesan mendalam bagi pelanggan adalah kepuasan melalui kinerja pelayanan. Pelayanan pada toko kawan kita juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimana karyawan bukan hanya memberikan apa yang diinginkan oleh pelanggan, mereka juga akan menawarkan barang-barang lainnya kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman berbelanja ditoko kawan kita.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan yang timbul setelah keinginan dari pelanggan terpenuhi. Kepuasan adalah perasaan seseorang baik senang ataupun kecewa yang merupakan hasil dari membandingkan produk yang kinerjanya yang tidak sesuai dengan harapan konsumen [1]. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Apabila suatu perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan dapat memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/ jasa dari penjual atau penyedia barang/ jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/ jasa, komentar teman atau kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan banyak cara yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan kualitas produk, memperhatikan harga dan meningkatkan kualitas pelayanan. Demikian juga dengan toko yang ada dikota Stabat juga membutuhkan kepuasan konsumen untuk dapat meraih pangsa pasar dalam persaingan pasar yang ketat. Dengan mengukur kepuasan pelanggan akan di ketahui apakah Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1 Data pendapatan penjualan enam bulan terakhir pada Toko Kawan Kita Stabat

Bulan	Pendapatan
September	Rp. 10.450.000
Oktober	Rp. 9.350.000
November	Rp. 11.650.000
Desember	Rp. 14.550.000
Januari	Rp. 17.350.000
Februari	Rp. 19.750.000

Sumber: Toko Kawan Kita

Berdasarkan tabel diatas terjadinya penurunan pendapatan penjualan pada bulan oktober tetapi pada bulan November, desember, januari, dan februari terjadi peningkatan penjualan dimana terdapat banyak hari besar dan konsumen lebih cenderung melakuakn pembelian produk yang banyak digunakan untuk kegiatan-kegiatan yang mereka adakan untuk menyambut hari raya idul fitri, hari natal, tahun baru, dan imlek, konsumen tentu akan antusias dalam melakukan pembelian dengan harga yang terjangkau, kualitas produk yang baik serta pelayanan yang baik demi terciptanya kepuasan pelanggan.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya [2]. Toko Kawan Kita memiliki berbagai jenis barang yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pelanggan, sehingga pelanggan dapat memilih produk yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program Total Quality Manajemen (TQM). Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai pelanggan. Kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Selain itu, konsumen juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan akan kehilangan pelanggan potensialnya. Toko kawan kita menyediakan berbagai jenis produk yang dibutuhkan oleh konsumen sesuai dengan kualitas produk yang dicari oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Dan dapat dipahami bahwa kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan

signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan [3]. Penelitian lain menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [4].

Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa di samakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu [5]. Para konsumen sering membandingkan harga dari suatu produk yang ingin dibelinya dengan produk sejenis yang dijual oleh pesaing. Penilaian harga terhadap suatu produk dikatakan murah, mahal atau biasa saja, dari setiap individu tidaklah sama, karena pelanggan dalam menilai suatu produk, bukan hanya dari nilai nominal secara absolut tetapi melalui persepsi pada harga. Konsumen akan merasa puas jika membeli produk dengan harga yang murah dan di dukung dengan kualitas produk yang baik maka pelanggan akan cenderung merasa puas. Perubahan harga juga berdampak terhadap pelanggan yang sensitive akan cenderung beralih ke merek lain yang lebih murah. Harga juga merupakan salah satu factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan harga yang bersahabat maka minat beli terhadap suatu barang akan besar. Seperti yang kita ketahui masyarakat Indonesia rata-rata menyukai harga yang lebih murah dengan kualitas produk yang baik, kualitas produk yang bermutu tinggi, dan memiliki kualitas pelayanan yang baik, biasanya ketiga hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga barang yang meningkat atau munculnya persaingan baru yang dapat menarik minat beli konsumen. Masalah yang terjadi pada Toko Kawan Kita adalah persaingan harga antara toko dimana Toko kawan kita yang menjual barang dengan harga sedang, Toko Laris menjual barang dengan harga tinggi dan Toko Subur Jaya menjual dengan harga sedang dimana merek yang dijual oleh ketiga toko sama, yang mengakibatkan persaingan yang tidak sehat, dari perbandingan harga yang di tawarkan dengan merek yang sama menunjukkan harga di Toko Kawan Kita dan Toko Subur Jaya lebih rendah di bandingkan Toko laris.

Tabel 1.2 Perbandingan Harga Barang Toko Kawan Kita, dengan Toko Laris, dan Toko Subur Jaya

Tahun	Nama barang	Merek barang	Harga toko kawan kita	Harga toko laris	Harga toko subur jaya
2019	Sapu	Nagata	RP. 38000	RP. 40000	RP.. 40000
2019	Sapu	Jerapa	RP. 25000	RP. 30000	RP. 25000
2019	Sapu	Nagoya	RP. 15000	RP. 18000	RP. 13500
2019	Piring	Kedaung	RP. 30000	RP. 32000	RP. 31000
2019	Piring	Sb	RP. 18000	RP. 20000	RP. 17000
2019	Piring	Golden fish	RP. 65000	RP. 70000	RP. 64000
2019	Kuali	Ekp	RP. 95000	RP. 100000	RP. 98000
2019	Kuali	Garpu	RP. 45000	RP. 50000	RP. 45000
2019	Kuali	yamata	RP.35000	RP. 38000	RP. 35000
2019	Baskom	Naga	RP. 18000	RP. 20000	RP. 17000
2019	Baskom	Gm	RP. 7000	RP. 9000	RP. 6500
2019	Baskom	Royal	RP. 45000	RP. 47000	RP. 43000
2019	Tikar	Bonsai	RP. 95000	RP. 100000	RP. 95000
2019	Tikar	Bambu	RP. 85000	RP. 88000	RP. 85000
2019	Tikar	galaxy	RP. 25000	RP. 25000	RP. 23000
2019	Sendok	Ob	RP. 15000	RP. 20000	RP. 15000
2019	Sendok	Victoria	RP. 25000	RP. 27000	RP. 23000
2019	Sendok	Doll	RP. 45000	RP. 45000	RP. 45000

Sumber: Toko Kawan Kita

Tabel di atas menjelaskan bahwa toko kawan kita menawarkan harga yang tidak terlalu murah, dan toko laris menawarkan harga yang lebih mahal sedangkan toko subur jaya menawarkan harga yang lebih murah dan ada juga harga yang sama dengan toko kawan kita yang menimbulkan perbandingan harga antara toko yang mempengaruhi minat pelanggan untuk berbelanja di toko kawan kita. Fakta dilapangan bahwa persaingan ketiga toko tersebut bersaing secara ketat. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [6]. Penelitian yang lain menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [7].

Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan [8]. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali produk yang terjual. Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan, baik tidak baiknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi

harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang di hasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Kualitas pelayanan juga akan berpengaruh terhadap perilaku pelanggan untuk membeli suatu produk. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang berdasarkan pada kepuasan konsumen, apabila konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, otomatis mereka akan setia dan loyal terhadap produk yang dibeli. Konsumen yang merasa puas, tidak akan langsung menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata pelanggan. Pelayanan yang baik juga mempengaruhi proses pembelian. Toko kawan kita memberikan pelayanan yang baik dimana karyawan akan memberikan barang yang diminta oleh pelanggan dan karyawan toko kawan kita juga akan menawarkan barang lain yang tidak ditanyakan oleh pelanggan sehingga pelanggan yang tertarik dengan apa yang ditawarkan oleh karyawan akan membeli barang yang ditawarkan kepada pelanggan sehingga dapat terjadi kepuasan pelanggan yang dapat menciptakan kesetiaan pelanggan pada toko kawan kita. Apabila pelayanan pada Toko Kawan Kita terhadap pelanggan baik maka pelanggan akan kembali untuk melakukan pembelian pada Toko Kawan kita, dan apabila pelayanan pada Toko Kawan Kita tidak baik terhadap pelanggan maka pelanggan tidak akan melakukan pembelian kembali di lain waktu. Pelayanan karyawan untuk melayani setiap pelanggan yang sedang berbelanja agar lebih leluasa dapat melakukan pembelian. Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan [3]. Penelitian lain menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [9].

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis melakukan penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Kawan Kita Stabat (Study Kasus pada Pelanggan Toko Kawan Kita)” sebagai judul tugas akhir ini.

1.2. Rumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.3. Ruang Lingkup

Untuk membatasi fokus penelitian, pelaksanaan penelitian difokuskan pada pembahasan mengenai: pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada toko kawan kita) yang terdiri dari:

1. Variable Terikat : Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Variable Bebas : Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3)
3. Objek penelitian : Pelanggan toko kawan kita
4. Periode penelitian : Tahun 2020

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.5. Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Bagi peneliti: penelitian ini di harapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dalam bidang pemasaran serta memberikan pengetahuan lebih mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Bagi peneliti selanjutnya: penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya untuk melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat praktis

Sebagai bahan masukan atau ide yang positif bagi Toko Kawan Kita yang bersangkutan dalam mengambil kebijakan – kebijakan dalam menjalankan bisnisnya. Khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang di lakukan oleh lis noviyanti pada tahun 2018 yang berjudul Pengaruh Kualitas produk dan kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cv Usaha Mandiri Jakarta Selatan [10]. Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini:

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variable kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini peneliti menambahkan variable Harga di karenakan harga menentukan keputusan pembelian, karena harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu [11].
2. Objek penelitian sebelumnya adalah pelanggan pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan sedangkan objek penelitian ini adalah pelanggan pada Toko Kawan Kita Stabat.
3. Periode penelitian sebelumnya di lakukan pada tahun 2018, sedangkan penelitian ini pada tahun 2020.