

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi komunikasi menjadi salah satu kebutuhan masyarakat umum yang dihadirkan dengan berbagai macam fungsi, desain dan fitur yang canggih. Kebutuhan akan alat komunikasi kian meningkat seiring dengan perkembangan jaman dan gaya hidup masyarakat. Bisnis telepon seluler pun secara tidak langsung dibutuhkan. Munculnya konter *handphone* saat ini sangatlah kompetitif dan salah satunya adalah Golden Comsel Stabat yang menyediakan berbagai produk *smartphone*, paket data layanan untuk berinternet, atau jasa *service* bagi pelanggan yang produk ponselnya bermasalah.

Hadirnya perkembangan *smartphone* didukung dengan kualitas dan harga yang murah sehingga mampu dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal ini menuntut setiap bisnis untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar (Luwarto, 2022). Karena nantinya, pengalaman konsumen membeli produk dari suatu tempat akan menjadi nilai bagi konsumen dalam melakukan perbandingan pada keinginan, atau masalah mana yang lebih mendorong konsumen dalam memenuhi kepuasannya.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul ketika pelanggan mendapatkan kinerja atau pelayanan yang sesuai dengan ekspektasinya mengenai produk *smartphone* yang dibeli. Kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh kinerja sumber daya manusia. Begitu pula dengan Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat, Beberapa pelanggan dalam wawancara mengatakan bahwa mereka lebih ingin mencoba produk dari *counter* lain, karena ketika karyawan dihadapkan oleh pelanggan yang mengalami kendala pada ponselnya seperti membutuhkan *service* pada kamera, karyawan memberikan solusi untuk mengganti kameranya tetapi harganya cukup tinggi. Pelanggan menolak karena harganya tidak sebanding dan merasa lebih baik untuk membeli unit yang baru. Dari fenomena tersebut bisa saja muncul ketidakpuasan pelanggan dan membuat mereka mempertimbangkan untuk melakukan *service* di toko lain. Apabila muncul rasa puas dari pelanggan, tentunya mereka akan melakukan pembelian

berulang di *counter* tersebut dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain. Karena pada dasarnya pelanggan mencari *counter* yang memenuhi harapannya dengan kualitas pelayanan yang baik, harga yang spesifik serta lokasi yang berdekatan dengan tempat tinggal dan mudah dijangkau. Peneliti terdahulu mengemukakan terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Sucipto, Widyastuti, Esdhona, & Hasdani, 2021).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Kualitas Pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan menunjukkan seberapa bagus tingkat pelayanan terhadap ekspektasi pelanggan (Atmaja, 2018). Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa pelanggan Golden Comsel Stabat, pelayanan dari karyawan dikatakan cukup baik, cepat tanggap dan dapat memahami pertanyaan pelanggan. Karyawan juga menginformasikan ketika membeli produk ponsel, benefit serta paket data layanan yang dapat pelanggan ambil. Namun, kadang kala ketika sedang banyak pengunjung, karyawan kewalahan dan memerlukan waktu untuk memahami setiap kebutuhan pelanggan. Untuk itu dalam kondisi tersebut diperlukan peningkatan kinerja yang baik bagi karyawan agar pelanggan tidak lama menunggu dan dapat tercipta kepuasan bagi pelanggan. Karena pelayanan yang baik tentunya membuat pelanggan nyaman dan senang. Peneliti sebelumnya menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Sinollah, Wahidah, & Khoiriyah, 2022). Sedangkan penelitian lainnya menyebutkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Bansaleng, Sepang, & Tampenawas, 2021)

Kualitas pelayanan memungkinkan pelanggan membandingkan harga yang mereka harapkan untuk suatu produk. Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi calon pembeli mencapai kepuasan. Apabila harga produk terlalu mahal, akan membuat pelanggan berpikir lagi untuk melakukan pembelian. Karena untuk mencapai kepuasannya, konsumen akan memilih dan membandingkan harga produk sesuai dengan daya beli konsumen. Berikut perbandingan harga produk *handphone* dan pulsa di Golden Comsel Stabat dengan pesaing sejenis.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Produk *Handphone* dan Pulsa di Golden Comsel Stabat dengan Pesaing Sejenis

No	Nama Toko	Harga dari Merek Produk			Pulsa All Operator @50.000
		OPPO A17	Realme C55	Samsung A34	
1	Toko Golden Comsel	Rp. 1.899.000	Rp.2.489.000	Rp. 4.979.000	Rp. 52.000
2	Toko Sanjaya Ponsel	Rp. 2.099.000	Rp. 2.599.000	Rp. 4.959.000	Rp. 52.000
3	Toko Stabat Phone Store	Rp. 1.999.000	Rp. 2.499.000	Rp. 4.999.000	Rp. 52.000

Sumber : Golden Comsel, Sanjaya Ponsel, Stabat Phone Store

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa Golden Comsel Stabat menawarkan harga *smartphone* dan pulsa pada jenis produk OPPO yang tergolong lebih murah dibandingkan toko pesaing. Golden Comsel Stabat menetapkan harga sesuai pasar dan dapat bersaing sehingga mampu menarik pelanggan dengan spesifikasi dan benefit yang diberikan. Berdasarkan hasil prasurvey menyebutkan bahwa harga dari Golden Comsel lebih murah dan ada juga yang menyebutkan lebih mahal dari pesaing dikarenakan harga tersebut dapat berubah tergantung dengan harga di pasaran dan pada waktu tertentu. Hal ini menyebabkan pembeli belum bisa menetapkan pilihan sepenuhnya. Sehingga membuat Golden Comsel Stabat harus menyesuaikan strategi harga pasaran dan bernegosiasi untuk memuaskan konsumennya. Pada peneliti terdahulu menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Faradisa & Sadiqin, 2021). Sedangkan penelitian lainnya menyatakan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Ramdhani & Widyasari, 2022).

Selain harga, pemilihan lokasi menjadi faktor terpenting dalam bauran pemasaran. Lokasi menjadi faktor untuk meningkatkan minat pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan (Putranto, 2019). Lokasi dan akses menuju lokasi menentukan bagaimana konsumen mencapai dan membeli produk. Lokasi Golden Comsel Stabat berada pada kota yang memasuki area perniagaan dan pasar makanan. Karena bertepatan dengan area tersebut, banyak pelanggan dapat mengetahui lokasi toko tetapi pada saat jam pasar makanan buka,

lahan parkir di depan toko menjadi tidak terlalu luas sehingga menghalang toko dan akan menyulitkan pelanggan yang datang dengan kendaraan roda dua maupun roda empat sehingga mengharuskan pelanggan parkir di tempat yang agak jauh dari toko. Seringkali pada jam tertentu, adanya kemacetan membuat akses pelanggan menuju lokasi menjadi terhambat. Peneliti sebelumnya menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Sucipto, Widyastuti, Esdhona, & Hasdani, 2021). Penelitian lainnya menyatakan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Nurfi'ah, 2022)

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan tersebut maka masalah yang akan diteliti dan diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat ?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat ?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat ?

1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang dikaji dalam penelitian ini akan dibatasi sebagai berikut :

1. Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat”

Dengan pemilihan variabel bebas : Kualitas Pelayanan (X_1)

Harga (X_2)

	Lokasi (X_3)
Dan variabel terikat	: Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Objek Penelitian	: Toko <i>Handphone</i> Golden Comsel Stabat
3. Periode Pengamatan	: Tahun 2022 – 2023

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, Terdapat beberapa tujuan dilakukan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dalam bidang pemasaran serta menjadi referensi bagi perusahaan maupun peneliti lain yang ingin melakukan penelitian selanjutnya terkait dengan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Manfaat Praktis
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan yang positif bagi perusahaan yang bersangkutan, yakni Toko Golden Comsel Stabat serta perusahaan sejenisnya dalam menyelesaikan masalah yang dialami khususnya yang berhubungan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Siti Diana Faradisa (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Counter Farah Cell” (Faradisa & Sadiqin, 2021).

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Pada penelitian terdahulu, variabel independen yang digunakan yaitu Kualitas Pelayanan sebagai variabel (X_1), variabel Harga sebagai variabel (X_2) dan Kepuasan Pelanggan sebagai (Y). Sedangkan pada penelitian ini penulis menggunakan variabel Kualitas Pelayanan sebagai (X_1), variabel Harga sebagai (X_2), variabel Lokasi (X_3) dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel (Y). Penulis menambahkan variabel Lokasi karena lokasi menjadi salah satu faktor penting di dalam bauran pemasaran. Perusahaan memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tempat usahanya di zona yang dekat dengan aktivitas masyarakat. Dengan pemilihan Lokasi yang tepat, akan sangat mempengaruhi berdirinya suatu usaha dalam jangka panjang (Sucipto, Widyastuti, Esdhona, & Hasdani, 2021).
2. Objek penelitian sebelumnya adalah pelanggan di Counter Farah Cell Surabaya, sedangkan objek penelitian ini adalah pelanggan di Toko *Handphone* Golden Comsel Stabat.