

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan global perkembangan industri berdampak lebih signifikan. setiap perusahaan menciptakan usaha dengan menawarkan berbagai macam produk dengan *fitur* dan *design* yang unik agar dapat menarik pangsa hati konsumen serta memberikan manfaat dalam pemenuhan kebutuhan. Konsep pemasaran menjelaskan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian berbagai program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan laba hasil dari transaksi/ pertukaran melalui sasaran pasar untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.

Medan merupakan salah satu kota terbesar dengan berkembangnya bisnis konveksi, Setiap perusahaan berlomba untuk memperluas pangsa pasarnya demi kelangsungan hidup perusahaan. hal ini berbanding lurus dengan pertumbuhan penduduk kota Medan, kebutuhan akan pakaian juga semakin meningkat dan permintaan pangsa pasar produk *fashion* juga meningkat, Hal ini juga semakin memberikan peluang bagi eceran dan grosir pakaian untuk menambah keuntungan usaha.

Mempertahankan pelanggan dapat diartikan dengan mengharapkan pelanggan melakukan pembelian ulang atau dapat diartikan menumbuhkan minat beli ulang pada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dikemudian hari [1]. Hal ini juga yang menjadi alasan utama perusahaan agar dapat mempertahankan dan memperbesar pangsa pasarnya. Banyak faktor yang dapat dilakukan untuk dalam kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor dalam mempertahankan kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Produk merupakan salah satu dari bagian bauran pemasaran. Kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. kualitas di sini merupakan ukuran sampai sejauh mana produk sesuai kebutuhan dan keinginan para pelanggan [2]. Kualitas produk yang baik disertai dengan kinerja produk yang

memuaskan, daya tahan produk yang mumpuni disertai inovasi yang baik. Dari hasil pra *survey* yang dilakukan produk soala gogo memiliki daya tahan yang baik, sesuai dengan harga premium. Toko Soala gogo menyediakan berbagai ukuran dan warna yang beragam. dalam satu *lini* produk yang ditawarkan memiliki variasi 5 warna bahkan lebih. Secara garis besar kelompok pakaian yang ditawarkan adalah pakaian pria, wanita dan anak anak. Sebagian besar terdiri dari pakaian harian yang dibutuhkan konsumen. Variasi celana anak juga mempunyai ukuran yang dimana setiap *pieces* terdiri dari 5 warna. Produk wanita yang paling diminati oleh konsumen yaitu celana *legging* baik dari bahan kaos maupun *spandex*, untuk produk tersebut yang paling diminati oleh pelanggan adalah warna-warna gelap seperti hitam, cokelat dan lainnya. Setiap produk dalam satu bulan dilakukan *upgrade* baik dari segi warna dan ukuran. Produk soala gogo juga memiliki pakaian anak bayi dari umur 1 sampai 5 tahun. Produk celana pendek juga memiliki variasi dari anak anak, remaja dan dewasa dan celana dewasa yang paling diminati adalah celana kanvas karena memiliki bahan yang relatif tebal dan lembut. Khusus pakaian wanita soala gogo menyediakan produk kulot wanita, celana *hawai* *legging* wanita baik warna polos dan corak bunga, batik dan brokat yang terdiri dari bahan *spandex*. Untuk celana anak yang paling diminati adalah celana tambir anak berukuran *Small*, *Medium*, dan *Large*, *Extra Large*. Pihak toko juga memberikan fasilitas berupa kemudahan dalam hal perbaikan produk yang rusak dan menggantinya dengan produk yang baik. Toko Soala Gogo memiliki *Home Industri* pakaian sehingga mudah dalam perbaikan jika ada produk yang cacat produksi dan juga mempermudah dalam mengaplikasikan corak dan warna sesuai permintaan pasar. Dengan adanya persaingan yang sangat ketat di antara toko grosir pakaian. Kualitas produk harus lebih di prioritaskan karena saat ini pihak pelanggan semakin selektif dalam memilih produk pakaian. Kualitas produk yang dirasakan oleh pelanggan akan menjadi salah satu faktor penentu terhadap kinerja perusahaan. Namun kualitas produk yang ditawarkan oleh toko soala gogo belum maksimal dan perlu ditingkatkan dari segi variasi produk celana wanita karena mayoritas produk yang ditawarkan dominan celana pria. Toko soala gogo juga belum secara maksimal menyediakan variasi celana wanita yang berukuran *Extra Large*, dan umumnya toko ini menyediakan hanya celana wanita yang berukuran *Small* hingga *Large*. Persepsi

pelanggan terhadap kualitas suatu produk akan berpengaruh terhadap kepuasan seseorang.

Bauran pemasaran selanjutnya adalah kualitas pelayanan. Kualitas layanan adalah segala upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas Layanan juga dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen [3]. Ada beberapa indikator yang berpengaruh terhadap kualitas layanan antara lain: berwujud (*tangible*), realibilitas, ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*empathy*). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka memberikan pelanggan akan merasa puas. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Soala Gogo adalah sudah sangat memuaskan, para pelanggan merasa puas jika berbelanja di Toko Soala Gogo. Kinerja karyawan toko ramah dan sabar dalam melayani pelanggan serta karyawan toko juga sering menawarkan produk unggulan yang murah dan laris di pasaran. Terkadang karyawan toko juga sering mengucapkan terimakasih dan semoga laris kepada pelanggan. Hanya saja terkadang karyawan tidak bisa melayani secara bersamaan ketika pelanggan banyak.

Harga merupakan salah satu faktor terpenting dalam penjualan dan juga merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Harga yang tidak sesuai dapat menjatuhkan citra perusahaan. Selain kualitas tentunya pelanggan memperhatikan harga yang ditetapkan pada setiap produk konveksi yang ada. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk dapat memanfaatkan, memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga sendiri membantu para pengusaha dalam memperoleh laba yang diterima dalam menghasilkan pakaian. Harga adalah salah satu alat pemasaran kunci yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan pemasarannya [4]. Harga menjadi faktor terpenting dalam mempertahankan pelanggan. Semakin terjangkau harga maka semakin menambah nilai kepuasan pelanggan.

Dari hasil pra survei yang dilakukan harga produk Soala gogo memiliki harga yang dapat dijangkau dan diterima pelanggan. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Ada beberapa produk yang ditawarkan kepada pelanggan dengan harga murah, hal ini menjadi salah satu faktor kepuasan pelanggan

karena mayoritas pelanggan yang datang berbelanja ke Toko Soala Gogo adalah para pelaku usaha eceran yang menjual kembali kepada konsumen akhir. Dengan harga yang murah para pelanggan akan memperoleh keuntungan yang relatif banyak. Namun jika dilakukan perbandingan dengan Toko Risky Tanjung, Toko Monica jaya, dan Toko Marbun sedikit lebih mahal. Walaupun harga yang ditawarkan kepada pelanggan sedikit lebih mahal, ada beberapa produk unggulan yang harganya jauh lebih murah daripada toko pesaing. Seperti celana anak dan *dress* anak harganya jauh lebih murah dan *dress* anak tidak dimiliki oleh Toko Monica jaya.

Kepuasan merupakan faktor utama bagi banyak pelanggan untuk tetap setia terhadap perusahaan. Dengan demikian, setiap perusahaan sangat lah bergantung pada kepuasan pelanggan. Jika nilai dari kepuasan di bawah harapan, maka akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan dan demikian penjualan masa depan, mengharuskan pelanggan agar tetap percaya kepada merek yang digunakannya. Setiap perusahaan seharusnya menciptakan nilai kepuasan sebanyak-banyaknya sehingga tingkat kepercayaan merek yang digunakannya semakin tinggi. Sejalan pengamatan ini produk, layanan dan harga yang diberikan oleh Toko Soala Gogo sudah dapat memenuhi kriteria kepuasan pelanggan. Banyak pelanggan yang merasa puas dan melakukan pembelian ulang karena manfaat dan nilai yang diciptakan Toko Soala Gogo. Adanya pembelian ulang menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup baik. Adanya kesediaan pelanggan dalam merekomendasikan produk kepada pelanggan lain juga merupakan salah satu wujud akan produk maupun kepuasan pelanggan. Banyak pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas produk, layanan, dan harga, namun ada beberapa pelanggan yang mengeluhkan harga mahal terhadap nilai suatu produk. Ada juga pelanggan yang mengeluh tentang lambannya kualitas pelayanan dalam mengatasi permintaan barang terutama dalam keadaan ramai pengunjung sehingga pelanggan tidak puas dengan kecekatan pelayanan.

Usaha dagang Soala Gogo ini menyediakan berbagai macam aneka pakaian harga terjangkau dengan menerima *order* kuantitas sedikit dan banyak. Jenis pakaian terdiri dari berbagai variasi pakaian murah mulai dari gamis, baju anak, *leging*, kulot, celana panjang, celana pendek dewasa, *boxer*, celana anak-anak, daster wanita dan lain sebagainya. toko Soala gogo merupakan toko yang berpusat di Depok dan juga

mempunyai cabang di Tangerang dan Medan. Toko ini juga mengandalkan pasokan konveksi sendiri (*Home industry*) dan beberapa bahan dari pemasok lain. Pemilik toko ini adalah bapak Hotman bakara. toko ini beralamat Pusat pasar no. 78, Pusat Pasar lantai I no. 208-209 Medan, dan Pusat Pasar lantai III no. 25-26 Medan. Toko ini letaknya sangat strategis seperti toko soala gogo no. 78 sangat berdekatan dengan pintu masuk lokasi pusat pasar, toko soala gogo soala gogo no 208-209 Medan juga berada di berdekatan dengan sisi jalan barat pusat pasar Medan.

Tabel 1. 1 Daftar Total Penjualan Ketiga Toko Soala Gogo periode Juni 2018-Desember 2019

Bulan	Soala Gogo no. 78 Pusat Pasar	Soala Gogo no.208-209	Soala Gogo lantai III no.25-26 Pusat Pasar	Total Penjualan/ Bulan
Juni 2018	Rp100,338,000	Rp41,650,000	Rp84,469,000	Rp226,457,000
Juli 2018	Rp95,004,000	Rp55,346,000	Rp168,937,000	Rp319,287,000
Agustus 2018	Rp83,172,000	Rp60,457,000	Rp40,191,000	Rp183,820,000
September 2018	Rp79,634,000	Rp47,286,000	Rp51,792,000	Rp178,712,000
Oktober 2018	Rp56,724,000	Rp56,919,000	Rp35,034,000	Rp148,677,000
Novemeber 2018	Rp82,883,000	Rp32,785,000	Rp31,304,000	Rp146,97a2,000
Desember 2018	Rp45,990,000	Rp29,228,000	Rp30,070,000	Rp105,288,000
Januari 2019	Rp60,226,000	Rp49,651,000	Rp32,966,000	Rp142,843,000
Februari 2019	Rp72,946,000	Rp37,867,000	Rp33,945,000	Rp144,758,000
Maret 2019	Rp39,158,000	Rp43,586,000	Rp20,666,000	Rp103,410,000
April 2019	Rp65,478,000	Rp45,914,000	Rp15,397,000	Rp126,789,000
Mei 2019	Rp75,566,000	Rp77,869,000	Rp47,249,000	Rp200,684,000
Juni 2019	Rp195,561,000	Rp66,974,000	Rp37,205,000	Rp299,740,000
Juli 2019	Rp73,992,000	Rp74,401,000	Rp43,017,000	Rp191,410,000
Agustus 2019	Rp84,749,000	Rp48,953,000	Rp74,037,000	Rp207,739,000
September 2019	Rp60,737,000	Rp45,323,000	Rp52,906,000	Rp158,966,000
Oktober 2019	Rp62,414,000	Rp46,139,000	Rp58,909,000	Rp167,462,000
Novemeber 2019	Rp44,228,000	Rp28,821,000	Rp43,814,000	Rp116,863,000
Desember 2019	Rp52,423,000	Rp27,122,000	Rp34,814,000	Rp114,35i9,000
Total Penjualan	Rp1,431,223,000	Rp916,291,000	Rp936,722,000	Rp3,284,236,000

Sumber: Buku Penjualan Toko Soala Gogo (juni 2018-Desember 2020)

Berdasarkan tabel 1.1 bulan April sampai Juni mengalami kenaikan penjualan signifikan dikarenakan pelanggan melakukan persiapan menyambut hari raya Idul Fitri.

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. “**Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko Soala Gogo**”

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan batasan masalah yang ada, penulis merumuskan masalah yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko Soala Gogo diantaranya:

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Soala Gogo?
2. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Soala Gogo?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada Toko Soala Gogo?
4. Apakah Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Soala Gogo?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, ruang lingkup ditetapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen : Kualitas produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Harga (X_3)
2. Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan (Y)
3. Objek Penelitian : Toko Soala Gogo
4. Periode Penelitian : Desember 2019-Juni 2020

1.4. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada, terdapat beberapa tujuan yang harus diperoleh antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Soala Gogo

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Soala Gogo
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Soala Gogo
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Soala Gogo

1.5. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya, dan menambah ilmu pengetahuan khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan untuk usaha grosir pakaian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan gambaran dan bahan pertimbangan bagi perusahaan yaitu Toko Soala Gogo untuk melakukan perbaikan sekarang ini maupun masa yang akan datang dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu “Persepsi Kualitas layanan dan harga untuk meningkatkan kepuasan (Studi kasus pada Rumah makan Serambi Pujasera Klojeri Lumajang) [4]. Adapun Perbedaan pada penelitian sebelumnya yaitu:

- 1) Penelitian sebelumnya menggunakan variabel kualitas layanan dan harga, sedangkan pada penelitian ini peneliti menambahkan variabel produk karena Kualitas produk merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas suatu produk, kualitas produk erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan [2]. Meningkatkan kualitas produk secara tepat akan dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

- 2) Peneliti terdahulu menggunakan objek Rumah makan Serambi Pujasera Klojeri Lumajang, sedangkan pada penelitian ini objek yang diteliti adalah pelanggan Toko Soala Gogo Medan.
- 3) Periode penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2018 sedangkan penelitian dilakukan pada Desember 2019-Juni 2020.

