

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi saat ini, bila diperhatikan kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting bagi setiap perusahaan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini dari pesaing-pesaing yang ada [1]. Dalam menjalankan sebuah bisnis tentu harus adanya strategi yang di pakai. Dalam menentukan strategi pemasaran, pihak pemasar perlu mengkaji setiap karakteristik perilaku konsumen yang di implementasikan ke dalam harapan dan keinginannya. Dengan mengetahui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat di ketahui strategi yang tepat untuk menarik kepuasan pelanggan adalah dari segi kualitas pelayanan, harga dan promosi penjualan yang baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari konsumen [2]. Dimana hal tersebut merupakan kunci keberhasilan yang menjadikannya berbeda dari pesaingnya. Karena jika tidak demikian, maka perusahaan akan ditinggal oleh pelanggannya. Semakin disadari bahwa pelanggan merupakan asset bagi perusahaan. Dengan pemasaran yang semakin ketat tanpa memiliki pelanggan tetap perusahaan dengan mudah mengalami resiko kemunduran dalam bisnisnya. Bahkan lebih ekstrem lagi perusahaan akan mengalami kerugian yang cukup besar dan ditinggalkan oleh pelanggan.

Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang mereka dapat. Toko matahari merupakan salah satu pusat pembelanjaan tradisional yang ada di beberapa retail di kota Tanjung Morawa. Dalam gerak operasionalnya sehari-hari, toko matahari merupakan sebagai pusat pembelanjaan yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok dari produk unilever dan makanan ringan dari produk siantar top. Dengan berbagai aneka jenis barang dan berbagai jenis merk, maka ukuran pada tingkat harga akan bervariasi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga (*price*) merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa [3]. Harga bukan saja suatu komponen bagi perusahaan untuk mengembalikan modalnya. Tetapi juga untuk mendapatkan keuntungan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan hasil

wawancara dengan beberapa konsumen yang sedang berbelanja di toko Matahari Tanjung Morawa, dari beberapa konsumen membandingkan harga yang dipasarkan oleh toko matahari dengan toko-toko lainya hanya berbeda tipis.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah promosi penjualan. Promosi penjualan adalah kegiatan komunikasi antara perusahaan dan konsumen sebagai usaha untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan dan kebutuhannya [4]. Bagian penjualan atau pemasaran dari sebuah perusahaan akan mengembangkan promosi (*promotion*) untuk menginformasikan mengenai produk mereka sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Selain itu persaingan juga datang dari beberapa pedagang eceran di pasar-pasar tradisional dari toko-toko yang tersebar pada wilayah yang sama seperti di toko Matahari Tanjung Morawa. Mereka mempromosikan barang-barang yang mereka jual dengan daya tarik yang mereka punya. Seperti memberikan potongan harga dari sebuah produk yang sedang ada potongan harga, maka konsumen akan merasa puas dan mereka dapat menghemat keperluan lainnya.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari segi kualitas pelayanan. Dengan adanya kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan [5]. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen toko Matahari, secara pelayanannya juga masih kurang. Hal ini dapat dilihat dari ketersediaan pelayanan dalam melayani pelanggan yang masih sangat minim seperti 3(tiga) orang dalam melayani 10(sepuluh) konsumen sekaligus.

Alasan memilih objek ini adalah karena toko ini termasuk dalam kategori pasar tradisional dimana konsumen dapat mengambil sendiri barang-barang yang akan mereka beli, namun tidak semua barang dapat di ambil sendiri oleh konsumen sehingga konsumen meminta bantuan kepada para penjual.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan berbelanja di toko Matahari Tanjung Morawa”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka dilakukan sebuah kajian yang secara operasional akan di arahkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan (*Research Question*) berikut ini:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Matahari Tanjung Morawa?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Matahari Tanjung Morawa?
- c. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Matahari Tanjung Morawa?
- d. Apakah harga, kualitas pelayanan, dan promosi penjualan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Matahari Tanjung Morawa?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dibatasi pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berbelanja di toko Matahari Tanjung Morawa. Variabel dalam penelitian ini yaitu :

- a. Variabel Independen : Harga , Kualitas Pelayanan , Promosi Penjualan
- b. Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan
- c. Objek Penelitian : Toko Matahari
- d. Subjek Penelitian : Pelanggan Toko Matahari
- e. Tahun Penelitian : 2017

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang dan perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan utama yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

- a. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko Matahari Tanjung Morawa.
- b. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Matahari Tanjung Morawa.
- c. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Matahari Tanjung Morawa.

- d. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Matahari Tanjung Morawa.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi pengetahuan dalam bidang pemasaran, khususnya yang terkait dengan pengaruh harga, kualitas pelayanan serta promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang positif bagi perusahaan yang bersangkutan, yaitu toko Matahari dapat mengambil kebijakan-kebijakan dalam menjalankan bisnisnya. Khususnya yang berkaitan dengan harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan. Sehingga kepuasan pelanggan tetap dapat terjaga dan membuat pelanggan menjadi loyal.

1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Fuaduzzaki, Budi Hartono dan Hari Dwi Utami dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Ayam Goreng di “Ayam Goreng Roker” Malang.

Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel kualitas pelayanan. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan serta menambahkan variabel harga, dan variabel promosi penjualan. Alasan penulis menambahkan variabel bebas adalah karena penulis ingin mengetahui harga dan promosi penjualan berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan pelanggan di toko Matahari Tanjung Morawa.
- b. Penelitian terdahulu melakukan penelitian pada studi kasus di Ayam Goreng Roker” Malang. Sedangkan pada penelitian ini mengambil studi kasus di toko Matahari Tanjung Morawa.

- c. Periode penelitian dilakukan pada Oktober 2014. Sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2017.



UNIVERSITAS MIKROSKIL