

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Era bisnis saat ini, persaingan semakin bertambah ketat, hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Kebutuhan maupun keinginan konsumen yang mulai banyak dan berubah-ubah sehingga menimbulkan pola konsumsi yang modern pada masyarakat. Dunia bisnis yang berkembang pesat salah satunya adalah bisnis ritel, dengan banyaknya bisnis ritel yang berdiri di Indonesia tentu saja akan menimbulkan persaingan yang semakin tinggi. Bisnis Ritel salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis (Siswahyudianto, 2017).

Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan

harga yang bersiang.

Bisnis ritel yang berkembang di Indonesia berbagai jenis, dari banyaknya jenis tentu saja saling bersaing, Berdasarkan tingkat modernitas, bisnis ritel dapat diklasifikasikan dalam ritel tradisional dan modern. Bisnis ritel tradisional berupa toko-toko yang menyediakan kebutuhan pokok harian masyarakat disekitar, dijalankan oleh perorangan sesuai keinginan dan pengetahuan dari pemilik, berbeda dengan bisnis ritel modern dijalankan oleh perorangan/ kelompok pengusaha dan memiliki standar tertentu. Kehadiran bisnis ritel modern mulai banyak ditemukan di berbagai daerah hal ini akan mempengaruhi bisnis ritel tradisional, sampai masuk kepada kecamatan-kecamatan dengan berbagai penawaran produk yang berkualitas tinggi. Hal ini tentunya menjadi pesaing berat bagi tokok-toko tradisional di daerah.

Munculnya ritel besar seperti pusat perbelanjaan akan mempengaruhi toko-toko kecil. Namun pada kenyataannya masyarakat yang lebih memilih berbelanja di ritel modern dari pada di ritel tradisional, dengan berbagai pertimbangan, seperti kenyamanan, kebersihan dan kualitas barang yang terdapat di ritel modern (Triyawan, 2018).

Kepuasan konsumen itu muncul ketika konsumen tersebut merasakan senang atau kecewa setelah membandingkan persepsi terhadap hasil dari suatu produk dengan harapannya. Konsumen yang merasa puas terhadap produk maupun jasa yang diterima akan membeli kembali produk maupun jasa tersebut dikemudian hari, sehingga kepuasan konsumen sangat

dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. salah satu faktor yang menunjang kepuasan yaitu dengan memberikan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Kepuasan atau tidak puas pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Konsumen yang teliti akan menilai dan memilih kualitas produk yang sesuai dengan harapannya. Hal ini didukung berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Dahmiri dan Bhayangkari, 2020) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen mini market syariah 212 cabang jambi. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ilyas,Dahmiri, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Nikimi mart.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan.

Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan, yang tentunya diikuti dengan kualitas produk maupun kualitas pelayanan.

Kualitas produk dapat dilihat dari keseluruhan ciri dan pelayanan kemampuan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Daga, 2017). Konsumen yang selektif dalam memilih produk akan menilai kualitas produk yang akan dibeli. Kualitas produk yang dapat memberikan manfaat sesuai dengan harapan konsumen akan mempengaruhi konsumen untuk membeli ulang produk tersebut.

Kualitas pelayanan dapat berkaitan dengan produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumen, sumber daya manusia, serta lingkungan yang memenuhi kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen (Indrasari, 2019). Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu tolak ukur kepuasan konsumen, jika pelayanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas dengan apa yang didapatkan.

Harga berkaitan dengan nilai suatu produk yang dijual dengan jumlah

uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut (Ritonga, Fikri, 2018). Banyak konsumen yang menginginkan harga terjangkau dengan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhannya untuk merasakan kepuasan dengan membandingkan harga dari tempat satu dengan yang lain, jika harga tersebut cocok dengan kualitas produknya maka konsumen akan membeli ulang produk ditempat tersebut. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Banyaknya segi pandangan dalam memuaskan konsumen membuat pemilik bisnis ritel harus mampu memiliki strategi yang tepat.

Membeli produk konsumen akan membandingkan harga satu dengan yang lain untuk memilih produk, jika harga yang diberikan terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang diharapkan konsumen akan merasa puas.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bidang usaha pelayan jasa ritel, dimana-mana banyak usaha ritel seperti Indomart, Alfamart, Sidogiri dan Santri Swalayan, dengan menawarkan strategi pemasarannya yang sangat kompleks, sehingga konsumen merasa tertarik dalam melakukan pembelian, termasuk dalam penataan ruangan yang sangat menarik, dan ritel modern tersebut sangat berani dalam memberikan penurunan harga terhadap beberapa produk yang telah mempunyai kualitas tinggi.

Sebagaimana Toko Basmalah Lenteng merupakan toko ritel yang dapat melayani grosir maupun eceran, produk yang dijual lebih banyak dan

lengkap dibanding toko-toko yang berdiri sudah lama juga di Lenteng, dan hampir sama dengan Indomart dan Alfamart. Produk yang dijual di toko ini beragam mulai dari kebutuhan pribadi, dan yang paling utama adalah bahan pokok sembako. Toko Basmalah ini mulai berdiri di Lenteng sejak tahun 2015 yang berlokasi di Jalan utama Lenteng Sumenep dan disamping kanan kirinya ada ritel modern serta di depannya kompleks pasar grosir di Lenteng.

Toko Basmalah Lenteng Sumenep, kualitas produk yang diberikan bermutu dan beragam, mulai dari produk sembako seperti beras, minyak, mie dan peralatan pribadi seperti minyak tubuh, kaos dalam serta camilan sangat baik, dimana tingkat kadaluarsanya sangat dijaga pada toko ini, sehingga kenyamanan produk terjaga.

Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu konsumen toko ini bahwa produknya lengkap dan dapat disediakan dalam jumlah banyak. Selain kualitas produk, terdapat juga pada kualitas pelayanan yang diberikan Toko Basmalah berdasarkan wawancara konsumen bahwa pelayanan yang diberikan cepat dan tanggap, mampu memberikan alternatif produk lain jika produk utama yang dicari tidak ada, serta komunikasi pelayan toko terhadap konsumen cukup ramah. Penentuan harga pada setiap produk, Toko Basmalah berusaha memberikan harga termurah, konsumen berpendapat bahwa harga yang ditawarkan sama saja dengan toko lain kadang lebih murah/mahal, tetapi harga grosir lebih murah dibandingkan dengan konsumen yang membeli untuk kebutuhan pribadi/ sehari-hari saja.

Toko Basmalah Lenteng tidak melakukan promosi pemasaran seperti toko ritel modern lainnya yang menyebarkan brosur ke rumah-rumah serta memasang pamflet promosi besar-besaran dalam *price discount* dan *bonus pack*, sehingga konsumen luar Lenteng terkadang tidak tahu, sehingga bila membeli pasti ke Indomart atau Alfamart, karena kedua pesaing telah melekat di hati konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang ada, peneliti merasa tertarik dalam melakukan penelitian dengan mengambil judul PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO BASMALAH LENTENG SUMENEP.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Basmalah Lenteng Sumenep.
2. Ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Basmalah Lenteng Sumenep.
3. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Basmalah Lenteng Sumenep.
4. Ada pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Basmalah Lenteng Sumenep.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang dapat penulis lakukan, sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Basmalah Lenteng Sumenep.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Basmalah Lenteng Sumenep.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Basmalah Lenteng Sumenep.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Basmalah Lenteng Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan memperoleh bagi pihak yang terkait antara lain:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan di bidang pemasaran berdasarkan teori yang sudah didapatkan dibangku perkuliahan, serta menambah pengetahuan tentang *store environment*, *in-store display* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Swalayan

Diharapkan dapat menjadi referensi dan bermanfaat bagi perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya dalam hal

pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan target penjualan yang lebih tinggi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan akan menjadi referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penulis lain yang ingin melakukan penelitian tentang kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.