

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan zaman terus melangkah maju dan banyak menyumbangkan perubahan-perubahan, membangun tatanan dan peradaban baru, seperti ideologi kemanusiaan, *lifestyle* dan sebagainya yang berdampak pada perilaku dan gaya hidup manusia. Keinginan pemenuhan kebutuhan pokok seperti sandang, pangan dan papan yang semula sederhana berkembang lebih kompleks (Ahmad Kamaludin dan Muhammad Alfian, *Etika Manajemen Islam*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2000, h. 21).

Dalam kebutuhan sehari-hari konsumen dihadapkan dengan berbagai kebutuhan yang tiada henti, karena pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan mereka, mulai dari kebutuhan yang bersifat kecil sampai kebutuhan yang bersifat besar.

Pada era globalisasi, memasarkan sebuah produk maupun jasa sangatlah sulit karena persaingan yang terjadi semakin ketat. Kegiatan pemasaran tentunya berperan sangat penting dalam memasarkan produk maupun jasa tersebut, sebabnya karena tujuan utamanya adalah masyarakat. Keadaan dunia usahapun berubah dinamis seiring perubahan selera konsumen dan perubahan-perubahan di lingkungan sekitar. Perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan bagi produk maupun jasa yang mereka tawarkan, sehingga konsumen mendapatkan kepuasan karena kebutuhan dapat terpenuhi dengan baik. Meningkatnya kebutuhan konsumen saat ini menjadi peluang bisnis tersendiri di kalangan pelaku usaha. Sehingga pelaku usaha berusaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen agar tidak berpaling kepada perusahaan lain sejenis meski terjadi perubahan-perubahan.

Kualitas produk adalah salah satu sarana utama positioning utama pemasaran. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen yang pada akhirnya menimbulkan loyalitas konsumen (Kotler dan Armstrong, 2003:272). Perusahaan harus melakukan peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas pada

perusahaan. Andreassen (1994) menyatakan bahwa konsumen yang puas akan cenderung menjadi pelanggan yang loyal.

Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan, dan harga juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Mowen (2002) menjelaskan bahwa ketika konsumen sulit untuk membuat keputusan tentang kualitas secara objektif atau dengan menggunakan nama merek atau citra toko, konsumen akan menggunakan harga sebagai cerminan dari kualitas produk. Harga merupakan hal yang penting bagi produsen dan konsumen. Bagi produsen, harga akan dapat membawa keuntungan bagi perusahaan melalui hasil penjualan produk, sedangkan bagi konsumen melalui harga yang dirasa pantas, konsumen berharap bisa memperoleh keuntungan dari kegiatan konsumsi yang telah dilakukan.

Kepuasan konsumen dalam penelitian Selnes (1993) mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif terhadap reputasi merek, lebih lanjut dijelaskan bahwa reputasi perusahaan sangat identik dengan 4 reputasi merek sehingga dapat diambil pernyataan bahwa konsumen yang merasa puas atau kepuasan konsumen terhadap jasa yang diterimanya juga dilihat dari reputasi perusahaan yang bersangkutan. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen, perusahaan perlu melakukan strategi pelayanan yang tepat agar dapat mempengaruhi kepuasan konsumennya. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas pelayanan yang didalamnya terdiri atas wujud, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan dari pelayanan.

Berdasarkan pengamatan tersebut, maka Toko Nayra OlShop yang beralamat di Jalan Berlin Metro yang menjual Pakaian dan Sepatu ini beroperasi di daerah Metro dan sekitarnya. Toko ini selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen dari waktu ke waktu melalui strategi-strategi yang menunjang usahanya, karena dengan meningkatkan kepuasan konsumen maka akan sangat berpengaruh terhadap intensitas pembelian konsumen di masa yang akan datang.

Dilihat dari data yang ada intensitas pembelian Toko Nayra Olshop Metro cenderung mengalami penurunan. Hal tersebut bukan merupakan sesuatu yang baik bagi Toko Nayra Olshop Metro itu sendiri dan apabila dibiarkan terus menerus maka bisa saja Toko Nayra Olshop Metro akan kalah bersaing dengan para pesaing. Toko Nayra Olshop Metro harus

melakukan strategi pemasaran yang tepat agar kepuasan konsumen tetap terjaga terhadap toko tersebut.

Dari uraian latar belakang, nampak bahwa usaha peningkatan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa faktor diantaranya harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Berdasarkan latar belakang penelitian maka penulis mengangkat tema tentang “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Nayra Olshop”, karena penulis menganggap permasalahan ini layak untuk diteliti.

## **B. Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat diidentifikasi beberapa permasalahan diantaranya yaitu:

- a. Perkembangan jumlah pelanggan yang masih jauh dari target yang ditetapkan oleh toko sebesar 10% setiap bulannya.
- b. Harga yang ditetapkan oleh toko relatif sama dan terkadang lebih tinggi dari pesaing.
- c. Barang yang telah di pesan terkadang tidak sesuai dengan keinginan konsumen
- d. Pelayanan terhadap konsumen terkadang kurang maksimal.

### **2. Perumusan Masalah**

Perumusan Masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Harga mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Toko Nayra Olshop Metro?
2. Apakah Produk mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Toko Nayra Olshop Metro?
3. Apakah Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Toko Nayra Olshop Metro?
4. Apakah Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Toko Nayra Olshop Metro?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nayra Olshop Metro.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nayra Olshop Metro.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nayra Olshop Metro.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Produk, dan Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nayra Olshop Metro.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan sebagai penelitian dalam menerapkan serta mengaplikasikan ilmu (akademis) di dunia kerja.

#### **2. Bagi Pembaca**

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi, dapat menambah informasi, sumbangan pemikiran dan menambah pengetahuan pembaca mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan toko terhadap kepuasan konsumen.

### **E. RUANG LINGKUP PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang masalah, penelitian ini membatasi masalah tentang harga, produk, dan pelayanan sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada toko Nayra Olshop Metro. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif. Subyek yang diteliti yaitu harga, produk, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko Nayra Olshop Metro. Obyek penelitian adalah masyarakat (ibu-ibu, remaja, dll). Tempat penelitian berada di Metro. Waktu penelitian tahun 2020/2021.

## **F. SISTEMATIKA PENULISAN**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang meliputi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian, Sistematika Penulisan.

### **BAB II KAJIAN TEORITIK**

Bab ini memaparkan tentang Deskripsi Teori (Pengertian Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Reputasi Toko), Hasil Penelitian Relevan, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis Penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang Jenis Penelitian, Objek dan Lokasi Penelitian, Metode Penelitian (Operasionalisasi Variable, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data dan Alat Analisis).

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjabarkan hasil pengumpulan dan pengolahan data berupa gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari saran pengolahan data dan saran dari hasil penelitian yang diperoleh.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**