

# BAB I PENDAHULUAN

## **A. Latar Belakang**

Pada kondisi yang terjadi sekarang ini penggunaan teknologi untuk kegiatan perdagangan berkembang dengan pesat. Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan instan sesuai dengan permintaan konsumen. Seiring dengan perkembangannya teknologi dan informasi, kini proses bisnis telah mengalami banyak perubahan. Salah satu perkembangan teknologi di bidang perdagangan yaitu munculnya transaksi yang menggunakan media internet untuk menghubungkan antara produsen dan konsumen. Transaksi penggunaan teknologi internet merupakan kebutuhan bagi banyak orang karena dengan internet kita bisa mengakses dan menemukan segala informasi di seluruh dunia dengan cepat dan mudah. Namun salah satu perkembangan yang paling merubah dunia bisnis saat ini terjadi pada beberapa kegiatan bisnis yang dahulu dilakukan secara offline dan dibatasi dengan ruang dan waktu, kini dapat dilakukan dengan menggunakan sistem online melalui media internet.

Salah satu sistem dalam dunia bisnis yang paling populer saat ini adalah sistem e-commerce (sistem penjualan produk secara elektronik). Banyak perusahaan yang memanfaatkan teknologi berbasis web sebagai suatu strategi perusahaan dalam memasarkan produk tanpa di batasi dengan ruang dan waktu. Mulai dari perusahaan besar dan perusahaan menengah kini telah menggunakan sistem online sebagai sarana penjualan yang murah dan terjangkau. Penggunaan sistem ini sebenarnya dapat menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen, produsen maupun penjual. Karena dengan sistem online semua spesifik produk yang di jual semua sudah di cantumkan oleh penjual sehingga konsumen dapat melihat dan mengetahui produk tersebut tanpa bertanya dengan penjual.

Pada saat ini perkembangan *fashion* mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya produk-produk *fashion* yang inovatif dan berkualitas. Saat ini fungsi pakaian bukan hanya untuk menutup dan melindungi tubuh namun sebagai cerminan kepribadian, gaya hidup dan status sosial. Maka pakaian menjadi kebutuhan yang selalu melekat pada manusia yang akan terus ada dan berkembang.

Persaingan yang semakin ketat, menuntut para pengusaha harus pintar dalam melihat peluang dan menciptakan strategi agar dapat bersaing dengan pengusaha lain yang mempunyai bisnis sejenis. Untuk itu, pengusaha harus terus berinovasi dan kreatif dalam mengembangkan dan menawarkan produknya.

Untuk menenangkan persaingan yang semakin kompetitif para pelaku bisnis dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk dengan harga yang sesuai dan pelayanan yang terbaik dalam upaya memuaskan konsumen. Tanpa adanya konsumen maka setiap perusahaan khususnya bisnis fashion akan kehilangan pendapatannya yang berakibat pada bangkrutnya bisnis tersebut. Untuk mengantisipasi hal ini, maka perusahaan berupaya menyediakan produk yang baik dengan harga yang sesuai dan pelayanan yang terbaik sehingga konsumen merasa puas dan tertarik untuk datang serta membeli produk yang diinginkannya ataupun menjadi tempat pilihan yang terbaik bagi konsumen.

Kepuasan konsumen sangat penting dalam melakukan bisnis khususnya dibidang fashion, karena jika konsumen sudah merasa puas maka mereka akan tetap setia untuk waktu yang lebih lama dan membeli lagi ketika perusahaan tersebut memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama. Kepuasan juga akan mendorong adanya komunikasi dari mulut kemulut yang bersifat positif, sehingga akan banyak yang mengetahui produk tersebut dan datang untuk melakukan pembelian.

Kepuasan konsumen merupakan suatu indikator kedepan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan (Assauri, 2012:11). Dengan memperhatikan kepuasan konsumen, maka perusahaan akan dapat mempertahankan keberadaannya (Kotler dan Keller, 2009:140). Hal tersebut akan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan, tak terkecuali usaha dalam bidang kuliner.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang akan dibahas disini adalah promoi, harga dan kepercayaan. Diharapkan para pengusaha khususnya dibidang fashion, benar-benar memperhatikan faktor-faktor tersebut. Hal ini menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah membeli produk tersebut.

Promosi merupakan faktor utama untuk bisnis fashion. Sebelum konsumen melakukan pembelian sebuah produk yang diinginkan maka konsumen mencari tahu karakteristik produk tersebut seperti apa. Dengan adanya promosi di media sosial seperti facebook, whatsapp, instagram konsumen dapat mengetahui bagaimana bentuk kualitas serta harga dari produk tersebut tanpa datang langsung ke toko. Selain promosi di media sosial, perusahaan menawarkan pembayaran secara tunai dan non tunai, jadi sangat memudahkan konsumen dalam membeli suatu produk.

Selain promosi yang menarik, penetapan harga juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga penetapan harga juga harus diperhatikan dengan baik. Pada umumnya, konsumen cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah tetapi dengan kualitas yang sesuai. Perusahaan harus bisa menetapkan harga sebaik mungkin, karena jika salah dalam menetapkan harga perusahaan tersebut akan mengalami kegagalan. Harga yang terlalu tinggi akan membuat permintaan akan produk tersebut menjadi menurun, tetapi jika dengan harga yang terlalu rendah akan mengakibatkan perusahaan tersebut tidak memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditentukan tidak terlalu tinggi ataupun rendah. Jika harga yang ditentukan sudah sesuai dengan produk yang ditawarkan, maka konsumen akan merasa puas untuk membeli dan mengonsumsi produk tersebut.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kepercayaan. Selain promosi, harga, kepercayaan juga harus dibangun dalam usaha fashion mau secara online ataupun offline untuk memuaskan konsumen agar tidak kecewa khususnya konsumen online. Dengan informasi yang meyakinkan oleh perusahaan, kepercayaan konsumen untuk suatu produk bahwa barang sesuai dengan apa yang telah dipromosikan, maka setelah barang tersebut dibeli konsumen akan merasa puas. Dengan begitu kepercayaan yang timbul akan menjadi kesan tersendiri bagi konsumen dan akan melakukan pembelian secara berulang-ulang dan mematahkan asumsi masyarakat umum yang menganggap belanja online itu tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan.

Isna Collection adalah salah satu toko baju yang ada di Raman Utara. Toko ini terletak di Jl. Pramuka Desa Kota Raman, Raman Utara tepatnya tidak jauh

dari Lapamngan Merdeka Kecamatan Raman Utara, yang mudah di jangkau oleh konsumen. Isna collection menyediakan berbagai macam model baju , celana dan asesoris pelenkap.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, isna collection terus melakukan pembenahan sarana dan prasarana, model baju dan pelayanan. Ha ini untuk meningkatkan kepuasan konsumen, dengan terciptanya kepuasan konsumen diharapkan isna cillection dapat bersaing serta unggul dibidang kompetitornya. Adapun data erkembangan Isna Collection dari bulan mei 2018 sampai bulan mei 2019dapat dilihat pada tabel berikutin.

**Tabel 1.Penjualan Fashion Isna Collection Bulan  
Juli 2018 – Juni 2019**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Penjualan (%)</b>
Juli 2018	49.455.000	-
Agustus 2018	55.925.000	13,08%
September 2018	48.574.000	(13,14%)
Oktober 2018	46.103.000	(5,08%)
November 2018	38.812.000	(15,81%)
Desember 2018	56.218.000	44,84%
Januari 2019	56.029.000	(0,33%)
Februari 2019	53.329.000	(0,33%)
Maret 2019	56.556.000	6,05%
April 2019	63.366.000	12,04%
Mei 2019	99.965.000	57,75%
Juni 2019	83.573.000	(10,39%)

Sumber: Penjualan Fashion Isna Collection, 2019

Berdasarkan pada tabel diatas perkembangan penjualan Fashion di Isna Collection pada bulan Juli 2018 sampai Juni 2019 mengalami fluktuasi. Kenaikan terjadi pada bulan Juli 2018 hingga Agustus 2018, Desember 2018dan Maret 2019 sapai Mei 2019. Kenaikan terbesar adalah pada bulan Mei 2019 yaitu 57,75%, yang dikarenakan akan menepati hari raya idul fitri banyak konsumen yang membeli baju lebar dan perlengkapan fashion di Isna Collection. Sedangkan penurunan terjadi pada tahun 2018 bulan Agustus hingga November lalu di tahun 2019 pada bulan Januari hingga Februari dan juni yang

kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang tidak berjalan sesuai dengan fungsinya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi **“Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Isna Collection di Raman Utara ”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Penetapan harga yang setiap tahunnya masih sering bertambah.
- b. Promosi yang diberikan kurang menarik
- c. Pelayanan online yang diberikan kurang maksimal menyebabkan konsumen kurang percaya.
- d. Banyaknya pesaing usaha yang sejenis.

## **C. Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Isna Collection di Desa Kota Raman Kecamatan Raman Utara.?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Isna Collection di Desa Kota Raman Kecamatan Raman Utara.?
- c. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Isna Collection di Desa Kota Raman Kecamatan Raman Utara.?
- d. Apakah promosi, harga dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Isna Collection di Desa Kota Raman Kecamatan Raman Utara.?

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada toko Isna Collection di Desa Kota Raman Kecamatan Raman Utara.?

2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada toko Isna Collection di Desa Kota Raman Kecamatan Raman Utara.?
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada toko Isna Collection di Desa Kota Raman Kecamatan Raman Utara.?
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada toko Isna Collection di Desa Kota Raman Kecamatan Raan Utara.?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

##### 1. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat lebih memahami tentang pengaruh promosi, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dan memperdalam pengetahuan yang didapat semasa perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Metro.

##### 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertambahan informasi dan bahan referensi bagi perusahaan agar dapat mengevaluasi terkait pengaruh promosi, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

##### 3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi-informasi tambahan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait judul penelitian ini.

#### **F. Ruang Lingkup Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas adalah sesuatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikatnya. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dilibatkan atau yang dipengaruhi variabel bebas.

Adapun variabel bebas (*independent*) pada penelitian ini adalah:

- a. Promosi
- b. Harga
- c. Kepercayaan

Sedangkan untuk variabel terikat (dependent) pada penelitian ini adalah:

1. Kepuasan Konsumen

## **G. Sistematika Penelitian**

Untuk memudahkan pemahaman mengenai penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

yang berisikan tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB II Kajian Teoritik**

yang berisikan tentang deskripsi teori, hasil penelitian terkait dan kerangka pemikiran.

### **BAB III Metodologi Penelitian**

yang berisikan tentang jenis penelitian, obyek dan lokasi penelitian, metode penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, pengujian persyaratan instrument, uji regresi dan pengujian hipotesis.

### **BAB IV Hasil dan Pembahasan**

Yang berisikan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

### **BAB V Simplan dan Saran**