

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Setiap bisnis menghadapi persaingan sengit di era perdagangan bebas. Perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan karena semakin banyaknya pesaing dan semakin ketatnya persaingan. Mereka juga harus berusaha melebihi harapan pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih memuaskan daripada yang ditawarkan oleh pesaing. Karena bisnis harus mampu mempertahankan posisi pasar mereka dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat, hanya bisnis berkualitas tinggi yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Akibatnya, setiap bisnis harus memberikan penawaran dan layanan yang lebih baik untuk membuat pelanggan senang. Perusahaan harus mampu memuaskan pelanggan agar dapat bersaing dengan sukses. Kemampuan perusahaan menghasilkan uang dan kepuasan pelanggan adalah dua faktor yang sangat penting dalam menentukan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang. Tidak mungkin sebuah bisnis memenuhi kebutuhan pelanggannya dan tidak menghasilkan uang, tetapi bisnis itu ada dan berkembang.

Kepuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapannya. Kedua hal tersebut harus dicapai dengan cara yang menggairahkan, dan hal ini disadari oleh manajemen masing-masing perusahaan Febriyanto (2020). Tingkat kepuasan pelanggan tercapai ketika kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi, yang mendorong pembelian berulang atau loyalitas. Untuk memastikan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, kepuasan pelanggan sangat penting. Standar perusahaan tentang bagaimana kemajuan di masa depan adalah kepuasan pelanggan, bahkan ada beberapa hal yang harus diubah karena pelanggan merasa dirugikan atau tidak puas. Secara alami, jika seorang pelanggan tidak puas, mereka tidak akan kembali dan mungkin juga menyuarakan ketidakpuasannya kepada pelanggan lain.

Untuk menjaga hubungan manusia, kepercayaan adalah komponen penting dari interaksi sosial. Ketika ada hubungan asosiatif, kepercayaan tumbuh. Saling percaya akan menimbulkan hubungan baik yang akan langgeng dan membawa manfaat. Suatu proses kehandalan (*reliability*) sebagai bukti dan pemenuhan tindakan yang diharapkan oleh individu atau kelompok itulah yang membangun

kepercayaan publik. Salah satu tolak ukur membangun tim yang baik adalah strategi menjaga kepercayaan publik karena menimbulkan ekspektasi positif bagi kelompok atau individu yang memiliki kepentingan yang sama.

Sangat penting bagi konsumen untuk memiliki kepercayaan terhadap suatu merek atau produk agar mereka dapat mengambil keputusan pembelian dan bahkan tetap setia pada merek tersebut. Dalam jangka panjang dan ketika pelanggan memutuskan untuk membeli kembali produk, kepercayaan merupakan faktor penting. *Behevolence* (perhatian yang dapat dipercaya dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pihak yang mempercayainya), kompetensi (kemampuan) pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan pihak yang mempercayainya, dan prediktabilitas (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya) adalah semua contohnya. Keyakinan tertentu tentang integritas, kualitas produk diartikan sebagai penilaian konsumen mengenai atribut dalam produk yang akan memenuhi kebutuhan dan memberi manfaat pada mereka. Kualitas juga menjadi hal yang dominan untuk dijual pada konsumen (N Septiana :2020).

Ternyata merebaknya tanaman hias tidak hanya melanda para penikmatnya. Ketika pasar sedang terkagum-kagum dengan jenis atau varietas tanaman hias yang ada para pemilik tempat penjualan tanaman hias diam-diam mempersiapkan jenis tanaman hias baru yang tentu saja akan memiliki keunikan dan keindahan tersendiri. Prospek pengembangan tanaman hias secara komersial amat cerah. Tanaman hias bisa diperjualbelikan dalam bentuk bibit dan tanaman pot, bahkan dipergunakan sebagai materi persewaan untuk perkantoran dan dekorasi dalam ruangan dan luar ruangan. Permintaan akan tanaman hias dan bunga cenderung meningkat dari waktu ke waktu sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk, perluasan pemukiman, meningkatnya pendapatan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya lingkungan hidup yang nyaman. Demikian pula para pemilik tempat penjualan tanaman hias. Kepopuleran tanaman hias tidak hanya mempengaruhi para pencintanya saja. Para pemilik tempat penjualan tanaman hias diam-diam menyiapkan varietas tanaman hias baru yang masing-masing memiliki keindahan tersendiri, di saat pasar terkesima dengan banyaknya dan beragamnya tanaman hias yang ada. Pengembangan komersial tanaman hias terlihat sangat menjanjikan. Bibit dan tanaman pot bisa ditukar dengan tanaman hias, bisa juga disewa untuk penghias kantor dan lokasi lainnya. Tanaman hias bunga seperti bunga mawar, anggrek, bunga melati, dan

lain-lain adalah diantara sekian banyak jenis tanaman hias. sedangkan tanaman hias daun antara lain kuping gajah, suplir, dan jenis sejenis lainnya.

**Tabel 2 Data pra survei Penjualan Tanaman Hias 2023**

No	Nama	Aglonema	Angrek	Lidah mertua	philodendron
Perempuan					
1	Desmalia	✓			
2	Siti Rohaya				✓
3	Endang	✓			
4	Yulinar	✓			
5	Desi retno				✓
6	linda	✓			
7	Febri porwanti		✓		
8	Neni D		✓		
9	Astuti			✓	
10	Dara	✓			
Jumlah		5	2	1	2
Total keseluruhan		10			

Sumber : data di olah peneliti 2023

Pada tabel 1 Dari pra survei yang telah di lakukan yaitu sebanyak 10 masyarakat. Yang membeli Aglonema sebanyak 5 orang yang membeli tanaman Angrek sebanyak 2 orang, yang membeli lidah Mertua sebanyak 1 orang, sedangkan yang membeli Philodendron sebanyak 2 orang. Tingginya minat masyarakat dalam Tanaman tersebut menunjukkan bahwa tanaman aglonema berhasil membuat masyarakat kagum dalam warnanya dan bentuknya

Penjualan benih Aglaonema sp. sama kompetitifnya dengan tanaman bergengsi seperti bonsai. Harga unit Aglaonema sp berfluktuasi antara puluhan ribu hingga ratusan juta rupiah. Perbanyakan aglaonema biasanya dilakukan secara vegetatif melalui stek batang, namun jumlah tunas yang tumbuh dibatasi satu sampai tiga. Karena membudidayakan tanaman ini membutuhkan banyak bahan tanaman agar tidak merusak tanaman induk. Perbanyakan aglaonema umumnya dilakukan secara vegetatif melalui stek batang, namun hasil tunas yang tumbuh hanya berkisar antara 1 hingga 3 tunas, sedangkan untuk budidaya tanaman ini diperlukan banyak bahan tanaman sehingga merusak tanaman induk, oleh karena itu saat ini mulai digunakan metode kultur jaringan untuk

budidaya tanaman aglaonema. Perbanyak Aglaonema sp. secara kultur jaringan dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang muncul akhir-akhir ini, misalnya terbatasnya jumlah tanaman indukan, mahalnya harga jual bibit, serta rendahnya kualitas dan kuantitas bibit yang dihasilkan melalui stek batang maupun cangkok

**Table 2 Harga Tanaman Aglonema**

No	Jenis Tanaman Aglonema	Harga
1	Aglonema Red Anjamani Dewasa Daun 7-8	Rp43.000
2	Aglonema Super Red Queen Merah Maroon	Rp 60.000
3	Aglonema Red Kocin	Rp 27.000
4	Aglonema Claudia	Rp 50.000
5	Aglonema Cinta	Rp 20.000
6	Aglonema Red Ruby	Rp 50.000

Sumber : Data Diolah (2023)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa harga tanaman aglonema sangat bervariasi dari yang berukuran kecil sampai dewasa dengan 7 daun lebih Aglonema Red Anjamani Dewasa Daun 7-8 seharga Rp43.000, Aglonema Super Red Queen Merah Maroon Rp 60.000, Aglonema Red Kocin seharga Rp 27.000, Aglonema Claudia seharga Rp 50.000, Aglonema Cinta seharga Rp 20.000 dan Aglonema Red Ruby seharga Rp 50.000

Pertambahan jumlah penduduk, perluasan permukiman, peningkatan pendapatan, kesadaran dan tingginya minat masyarakat akan pentingnya lingkungan hidup yang nyaman semuanya berkontribusi terhadap peningkatan permintaan tanaman hias dan bunga secara periodik. Pemilik penjualan tanaman hias, sebaliknya, selalu memikirkan cara untuk menghindari kejenuhan pasar dengan menampilkan varietas terbaru. Dunia tanaman hias akan selalu dinamis, penuh keindahan, dan penuh peluang bisnis jika diperkenalkan jenis atau varietas baru. Saat ini, tanaman hias digunakan di perkantoran, hotel, dan rumah, serta dikoleksi oleh para penggemar tanaman hias. Minat masyarakat terhadap berbagai tanaman hias cenderung meningkat.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dikemukakan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bunga Aglo di kecamatan Pekalongan”**

## **B. Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

- a) Banyaknya pesaing dalam produk sejenis
- b) Kepercayaan pembeli dalam membeli Tanaman
- c) Kualitas produk tanaman yang kurang sehat
- d) Harga yang berubah sewaktu- waktu

### **2. Rumusan masalah**

- a. Apakah terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan?
- b. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan?
- c. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap Kepuasan Pelanggan?
- d. Apakah variabel Kepercayaan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
4. Untuk mengetahui variabel Kepercayaan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Metro, juga dapat menambah wawasan pengetahuan dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai keputusan pembelian di kalangan masyarakat.

## 2. Bagi Akademis

Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang kualitas pelayanan dan hubungan terhadap keputusan pembelian.

## 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna bagi si pihak pewaralaba untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan menjadi bahan pertimbangan dalam hal perumusan kebijakan pelayanan.

## **E. Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini berada di daerah Pekalongan lampung timur,

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN LITERATUR**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam melaksanakan penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjabarkan mengenai metodologi pelaksanaan penelitian yang terdiri atas objek dan penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, tehnik pengumpulan data, tehnik analisis data uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis dan uji hipotesis.

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

Dalam bab ini dijabarkan mengenai hasil dari pengumpulan dan pengolahan data berupa gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

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

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil pengolahan data dan saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**