

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pemasaran Hubungan Terhadap Kepuasan Pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran hubungan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung. Hal ini menandakan apabila pemasaran hubungan terus terjaga dengan cara yang baik dan benar agar pelanggan semakin yakin atas produk yang dipasarkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Sebaliknya jika pemasaran hubungan tidak terjaga dengan, maka akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan yang semakin menurun. Pemasaran hubungan dapat berjalan dengan baik jika ada unsur pendukung yaitu kepercayaan, komitmen, dan komunikasi.

Penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Nirwana dalam bukunya yang berjudul “ Prinsip Prinsip Pemasaran”. Buku tersebut menjelaskan terkait pemasaran hubungan (*relationship marketing*) adalah cara yang dilakukan untuk menciptakan hubungan jangka panjang untuk mewujudkan kesetiaan pelanggan melalui hubungan yang baik.⁷² *Relationship marketing* merupakan istilah yang kerap kali kaitannya untuk dapat meraih dan menjaga kepuasan pelanggan. Strategi untuk

⁷² Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: Dioma, 2004), hal 32

mendapatkan pelanggan, membujuk dan meraihnya dalam pembelian produk tidak mudah butuh waktu dan bagaimana cara berbicara yang baik dan benar.

Menurut Capel dan Ndubisi, terdapat beberapa komponen unsur-unsur dasar dalam menciptakan relationship marketing yang kuat yaitu : *pertama*, kepercayaan merupakan tanggung jawab dari marketing untuk tidak hanya memberikan janji dan merayu pelanggan namun juga harus memenuhi dan menepati janji. *Kedua*, komitmen yaitu bagaimana cara perusahaan untuk dapat melanjutkan hubungan dengan pelanggan untuk dapat memberikan hasil yang saling menguntungkan. *Ketiga*, komunikasi adalah menjaga hubungan dengan pelanggan, menyediakan informasi yang tepat.⁷³ Galeri Hijab Lalascarf sudah memenuhi dari ketiga unsur-unsur pemasaran hubungan. Produk yang diproduksi oleh Galeri Hijab Lalascarf memiliki kualitas yang baik. *Trend Fasion* hijab juga selalu update sesuai dengan keinginan pelanggan. Komunikasi antar pemilik galeri dengan pelanggan ketika memesan produk juga direpon dengan cepat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, yang menyatakan bahwa pengaruh relationship marketing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.⁷⁴ Penelitian yang dilakukan oleh Prabowo, menyatakan bahwa

⁷³ Muchlisin Riadi, *Pengertian, Manfaat, Komponen Dan Program Relationship Marketing*, <https://www.kajianpustaka.com/2019/11/pengertian-manfaat-komponen-dan-program-relationship-marketing.html> diakses pada tanggal 25 Januari 2020 pukul 0:34

⁷⁴ Ustantia Prariwi Putri, *Pengaruh ...* hal 3

pengaruh relationship marketing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Astra Internasional.⁷⁵

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pelanggan Yayuk Qori Yulinda sebagai karyawan swasta di sebuah toko, menyatakan Galeri Hijab Lalascarf dapat memberikan informasi yang sesuai terkait produk dan sesuai dengan keaslian produk tersebut. Galeri Hijab Lalascarf juga selalu melayani pesanan dengan baik contohnya seperti pemilihan warna hijab yang banyak, pemilik memberikan beberapa referensi pemilihan warna sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Penelitian ini memberikan bukti bahwa strategi pemasaran hubungan yang di terapkan oleh Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Strategi pemasaran hubungan untuk dapat meraih dan membujuk berdasarkan pada kepercayaan, komitmen dan komunikasi yang diterapkan cenderung baik.

B. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut menunjukkan bahwa merek bukan faktor utama penentu kepuasan

⁷⁵ Budi Prabowo, *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT Astra Surabaya*, Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Vol.8 No.2 Oktober 2008

pelanggan. Kualitas produk yang baik akan membuat pelanggan merasa puas. Merek yang bagus jika kualitas yang diberikan tidak sesuai maka pelanggan tidak akan mengkonsumsi produk tersebut kembali.

Penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Firmansyah dalam bukunya yang berjudul “ Pemasaran Produk dan Merek”. Menjelaskan terkait citra merek merupakan suatu persepsi yang datang di benak pelanggan ketika mengingat suatu merek dari produk-produk tertentu. Merek merupakan nama, istilah, simbol atau rancangan dengan tujuan untuk dapat mengenalkan identitas produk yang membedakan dari para pesaing.⁷⁶

Menurut Suryati, terdapat tiga pengukuran citra merek. *Pertama*, keunggulan asosiasi merek dapat membuat konsumen percaya bahwa atribut dan manfaat yang diberikan oleh suatu merek dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga menciptakan sikap positif terhadap merek tersebut. *Kedua*, kekuatan asosiasi merek bagaimana informasi masuk dalam ingatan konsumen dan bagaimana informasi tersebut dikelola oleh data sensoris di otak. *Ketiga*, keunikan asosiasi merek yaitu sebuah merek haruslah unik dan menarik sehingga produk tersebut memiliki ciri khas dan sulit untuk ditiru oleh para pesaing.⁷⁷

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tangguh, yang menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang

⁷⁶ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning Dan Strategy*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hal 60

⁷⁷ Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2015) hal 30-31

tidak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁷⁸ Dan bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Yayuk Qori Yulinda sebagai karyawan swasta di sebuah toko, menyatakan produk pada Galeri Hijab Lalascarf banyak terdapat motif dan pilihan warna. Namun, citra merek galeri ini sepertinya belum banyak yang mengetahui. Mungkin karena saat ini banyak galeri hijab yang berada dipasaran. Menurutnya, citra merek baik yang dimiliki galeri bukan menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Penelitian ini memberikan bukti bahwa citra merek yang dimiliki oleh Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung bukan penentu kepuasan pelanggan. Citra merek yang dimiliki oleh Galeri Hijab Lalascarf cenderung belum terkenal. Namun, bukan hanya citra merek yang dilihat, kualitas produk yang baik juga merupakan salah satu penentu faktor kepuasan pelanggan. Citra merek yang baik cenderung dijual dengan harga yang tinggi jika kualitas yang diberikan tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan maka pelanggan tidak akan melakukan pembelian kembali. Maka, produsen harus mampu memberikan produk dengan kualitas terbaik, inovasi baru, harga yang setara dengan melakukan beberapa strategi promosi agar citra merek akan semakin dikenal.

⁷⁸ Ghalih Galang Tangguh, et.al., *Pengaruh...*

⁷⁹ Dewi Kurniawati, *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 14 No. 2 September 2014

C. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung. Hal ini menandakan mampu memberikan apa yang pelanggan harapkan dan inginkan maka akan timbul *trust* (kepercayaan) dari pelanggan, sebaliknya jika tidak mampu memberikan kualitas yang baik, baik dari segi pelayanan, produk, fasilitas dan sebagainya maka akan sulit untuk menimbulkan rasa kepercayaan dalam benak pelanggan.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sumarwan, kepercayaan pelanggan atau pengetahuan pelanggan menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.⁸⁰ kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan mencakup tentang bagaimana perusahaan tersebut berperilaku seperti kejujuran, integritas, kapabilitas, konsistensi, dan berbagai performa lainnya merupakan hal-hal yang membentuk kepercayaan pelanggan.

Menurut Wiedenfels, komponen kepercayaan meliputi ; *pertama*, integritas adalah kejujuran dan kemampuan menepati janji dari pihak yang dipercaya. *Kedua*, *benevolance* (kebaikan hati) adalah perhatian dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pelanggan. *Ketiga*,

⁸⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...* hal 156

competency yaitu kemampuan penjual untuk melaksanakan kebutuhan dari pelanggan. *Keempat, predistability* adalah kemampuan penjual untuk memberikan kepastian akan barang yang dijual.⁸¹ Galeri Hijab Lalascarf sudah memenuhi dari empat komponen kepercayaan. Galeri Lalascarf jujur dalam memberikan informasi terkait produk yang di pasarkan. Produk yang cacat dalam produksi bukan cacat yang disebabkan oleh pelanggan, dapat dikembalikan. Layanan transaksi yang dimudahkan oleh galeri. Pelayanan yang di berikan oleh galeri ramah dan sopan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Diza, yang menyatakan bahwa pengaruh kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT.⁸² FIFGROUP Cabang Manado. Penelitian yang dilakukan oleh Mahendra, yang menyatakan bahwa pengaruh kepercayaan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo.⁸³

Penelitian ini memberikan bukti kepercayaan sangat penting dan bermanfaat untuk dapat membangun kepuasan pelanggan. Rasa percaya pelanggan selalu dikaitkan pada tingkat kepuasan yang akan diperoleh. Semakin tinggi rasa kepercayaan yang didapat pelanggan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan.

⁸¹ Retika Firdayanti, *Presepsi Risiko Melakukan E-Commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion Online*, Journal of Social and Industrial Vol. 1 No. 1 2012, hal 2-4

⁸² Farah Diza, et. all., *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal EMBA Vol. 4 No.1 Maret 2016 ISSN 2303-1174

⁸³ Kevin Putra Mahendra dan Ratih Indriyani, *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utama*, AGORA Vol. 7 No.1 2018

D. Pengaruh Pemasaran Hubungan, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel pemasaran hubungan, citra merek dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung. Indikator ketiga variabel tersebut memiliki kecenderungan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung

Penelitian ini didukung oleh teori Budianto yang menyatakan, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.⁸⁴ Umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk. Kepuasan adalah perasaan bahagia atau kecewa pelanggan yang datang ketika sedang membandingkan antara harapan dengan kenyataan atas hasil suatu produk atau jasa setelah pemakaian. Penilaian terkait keistimewaan produk atau jasa yang akan memberikan kesenangan bagi pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan.

Kepuasan konsumen dapat ditingkatkan kembali dengan faktor yang mendukung seperti kebutuhan dan keinginan, produk yang

⁸⁴ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran...* hal 32

diproduksi oleh galeri hijab bermacam-macam. Ada hijab untuk santai dan ada hijab untuk formal, produk yang disediakan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Setiap minggu ada produk hijab terbaru yang disediakan tentunya dengan warna-warna yang berbeda. Pelanggan membeli kembali karena kualitas bahan kain yang digunakan sesuai dengan harga yang dipasarkan. Bahan kain yang adem tentunya akan membuat para perempuan berhijab nyaman memakainya. Galeri Lalascarf memberikan informasi terkait produk yang jelas contohnya seperti informasi ukuran, harga, bahan dan jenis model krudung. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf juga menampung komentar dan saran yang di berikan pelanggan untuk didapat meningkatkan kualitas produknya.