

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis terus mengalami peningkatan sehingga menuntut pelaku usaha untuk bekerja secara efektif dan maksimal agar mampu bertahan pada pasar. Pemasaran adalah segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk dan jasa mulai dari produsen hingga sampai ke konsumen.

Tujuan kegiatan pemasaran agar konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang di hasilkan perusahaan sehingga perusahaan dapat menyediakan semua permintaan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen.¹ Pelaku usaha dan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik agar mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen serta bersaing dengan produsen lain. Dengan begitu akan mempermudah pelaku usaha dan perusahaan mendapat pelanggan setia.

Permasalahan yang sering dihadapi perusahaan adalah penentuan harga. Penentuan harga sangat penting karena berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Dari sudut pandang konsumen harga dijadikan sebagai indikator nilai yang dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Harga menjadi faktor yang menjadi pertimbangan para konsumen dalam memutuskan pembelian, harga yang murah merupakan sumber kepuasan yang penting bagi konsumen.

¹ Freddy Rangkuti, *Creating Effective Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2002) hal. 5

Selain harga yang menjadi pertimbangan bagi para konsumen yaitu kualitas produk yang di tawarkan. Ketika harga yang ditentukan tinggi tetapi kualitas barangnya kurang seimbang dengan harga dan manfaatnya sedikit untuk konsumen, maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, ketika harga dan kualitas barangnya seimbang dan memberikan banyak manfaat bagi konsumen, maka dapat dipastikan bahwa konsumen akan membeli ulang. Dengan begitu pelaku usaha dan perusahaan harus memperhatikan kualitas dari produknya dan menyesuaikan harga agar tidak mengecewakan konsumen serta konsumen melakukan pembelian ulang.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi pertimbangan bagi konsumen. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena jika pelayanannya baik maka ada kepuasan tersendiri bagi konsumen dan menciptakan kesetiaan konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan tersebut.

Kepuasan berperan penting terhadap perkembangan perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas. Jika konsumen merasa puas atas suatu produk, maka konsumen tersebut mempunyai potensi untuk membeli ulang. Jika konsumen tidak puas dengan produk tersebut, maka kemungkinan besar konsumen tidak akan membeli ulang.²

² Farid Firmansyah, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Semarang: Duta Media Publishing, 2017) hal.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosi dan kemudahan. Selain faktor-faktor tersebut ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni *Emotional Faktor* yang memungkinkan konsumen merasa puas karena adanya emotional value yang diberikan oleh brand produk yang mereka beli. Dengan adanya kemudahan, kenyamanan dan efisien dalam mendapat produk maka memungkinkan konsumen merasa lebih puas.³

Perkembangan bisnis di kabupaten Tulungagung mengalami peningkatan yang sangat pesat dan banyak persaingan dalam pemasaran produk. Salah satu contohnya di bidang fashion. Fashion adalah gaya hidup seseorang yang di aplikasikan dengan cara mengenakan pakaian, aksesoris, model rambut hingga make up. Dampak perkembangan sosial media memberikan informasi yang *up to date* salah satunya tentang fashion yang menjadikan masyarakat mengikuti tren-tren baru untuk tampil trendy dan stylish.⁴

Dalam penelitian ini, penulis tertarik melakukan penelitian di salah satu toko fashion yang terdapat di kabupaten Tulungagung yaitu Jesse Factory Cabang Kutoanyar yang beralamatkan di Jl. Teuku Umar No.88, Kutoanyar, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung. Saat ini tahun 2020 terdapat 4 cabang

³ Bambang Suharno, *Bisnis Sambilan Langkah Awal Menjadi Entrepreneur Sukses*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004) hal. 139

⁴ Apiaty Kamaludin, *Administrasi Bisnis*, (Makassar: CV Sah Media, 2017) hal. 62

antara lain di kec. Tulungagung (Kutoanyar dan depan Pasar Sore Tulungagung), kec. Ngunut dan kec. Campurdarat.

Jesse Factory di dirikan tahun 2010 yang sekarang memiliki 9 karyawan dan 1 pengelola. Pengunjung Jesse Factory mencapai ratusan dalam 1 bulan. Dengan harga yang terjangkau, produk yang kualitasnya bagus dan lokasi yang bersih, nyaman dan strategis mampu menarik banyak konsumen sehingga berdampak positif terhadap kepuasan para konsumen karena setiap harinya tidak pernah sepi dari pengunjung. Berikut data jumlah pembeli di Jesse Factory Cabang Kutoanyar tahun 2020.

Tabel 1.1 Data Jumlah Pembeli Pada Januari 2020- November 2020

Bulan	Jumlah Kunjungan
Januari	3000
Februari	1300
Maret	1000
April	800
Mei	1200
Juni	1400
Juli	1700
Agustus	2000
September	2500
Oktober	2800
November	3000

Sumber : Data Kunjungan pembeli Jesse Factory Tulungagung cabang Kutoanyar

Dari tabel tersebut dapat diketahui pada Januari 2020 sampai November 2020 jumlah konsumen mengalami peningkatan dan sedikit mengalami penurunan

setiap bulannya. Dengan jumlah pengunjung dan konsumen yang tergolong banyak Jesse Factory bisa dikatakan banyak diminati masyarakat Tulungagung. Banyak konsumen yang membeli ulang dan mengajak teman ataupun saudaranya untuk menikmati produk di Jesse Factory.

Berdasarkan uraian diatas, Peneliti tertarik mengkaji beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Jesse Factory Tulungagung cabang Kutoanyar. Oleh karena itu peneliti ingin mengangkat judul “**Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di toko Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar?
4. Apakah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di toko Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan antara lain :

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di toko Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di toko Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di toko Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan informasi terkait penelitian ini, antara lain:

1. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat memberikan informasi ilmiah khususnya kepada Mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Akademik

Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai dokumen akademik yang berguna untuk acuan aktivitas akademik.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam upaya memberikan kontribusi bagi pemilik Jesse Factory.

c. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan, wawasan, menganalisis dan menerapkan teori yang telah dipelajari.

d. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan pengembangan penelitian yang akan datang.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Adapun hal yang menjadi ruang lingkup penelitian ini berkaitan dengan variable *independen* dan *dependen* :
 - a. Variable independen (variable bebas) yaitu *harga* (X_1), *kualitas produk* (X_2), dan *kualitas pelayanan* (X_3).
 - b. Variable dependen (variable terikat) yaitu *kepuasan konsumen* (Y).
2. Keterbatasan Penelitian, Batasan peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Dikarenakan terbatasnya waktu dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti hanya mengambil sampel konsumen yang pernah membeli dan sering berbelanja di Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar sebanyak 60 responden, diperoleh dari perhitungan rumus Soflin.
- b. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner.
- c. Pada penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

F. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa. Penerapan harga bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Harga merupakan unsur penting dalam perusahaan dengan adanya harga perusahaan akan mendapat keuntungan. Perusahaan harus menetapkan harga sesuai nilai yang diberikan dan dipahami konsumen. Apabila harga terlalu tinggi dari pada nilai yang diterima, perusahaan tersebut akan kehilangan kemungkinan untuk mendapat laba. Apabila harganya terlalu rendah dari pada nilai yang diterima, maka perusahaan tersebut tidak akan berhasil mendapat laba.⁵

⁵ Anang, *Pemasaran Dasar Dan Konsep*, (Jakarta: Qiara Media, 2019) hal. 18

b. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Baik buruknya kualitas dinilai oleh konsumen yang berdasarkan persepsi pelanggan. Produk mempunyai arti penting karena jika tidak ada produk, perusahaan tidak akan bisa melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk jika merasa cocok. Maka dari itu produk harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan agar pemasaran produk berhasil. Pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar dan selera konsumen.⁶

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah cara kerja perusahaan untuk mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli atau konsumen demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan agar tercapainya kepuasan pelanggan. Sebuah pelayanan dapat dilakukan saat konsumen memilih produk dan setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Jika kualitas pelayanan baik akan memberikan dampak yang baik bagi

⁶ Budiharjo, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua, *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No. 2, 2018

perusahaan karena akan menjadikan pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.⁷

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis karena sebagai tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen perusahaan harus teliti dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat dapat berubah. Jika produsen bisa menghasilkan produk dan jasa sesuai apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Setiap konsumen juga memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda.⁸

2. Secara Operasional

Penegasan operasional penelitian pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di toko Jesse Factory Tulungagung Cabang Kutoanyar”, membahas mengenai bagaimana kepuasan konsumen Jesse Factory yang ditimbulkan karena pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

⁷ Masram, *Loyalitas Pelanggan*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2014) hal. 32

⁸ Meithiana, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: JTI, 2019), hal. 15

Sistematika Penyusunan skripsi diperlukan untuk memudahkan peneliti dalam menulis karya penelitiannya, maka dijadikanlah beberapa bagian dan bab. Sistematika penulisannya sebagai berikut :

1. Bagian awal terdapat halaman sampul depan, sampul dalam, lembar persetujuan, lembar pengesahan penguji, lembar motto, lembar persembahan kata pengantar, daftar isi, daftar table, daftar gambar, lampiran-lampiran, dan abstrak.

2. Bagian utama menyajikan enam bab pokok pembahasan yaitu :

Bab I : Pendahuluan. Bab ini menyajikan latar belakang, rumusan dan tujuan, batasan masalah, kegunaan penelitian, dan juga susunan penulisan skripsi.

Bab II : Landasan Teori. Bab ini menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

Bab III : Metode Penelitian : Bab ini membahas pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, instrumen, sumber, teknik pengumpulan data analisis data, uji keabsahan dan uji asumsi klasik.

Bab IV : Hasil Penelitian. Bab ini menyajikan paparan data yang sesuai dengan pertanyaan pada rumusan masalah dan temuan penelitian.

Bab V : Pembahasan. Bab ini menyajikan uraian tentang keterkaitan antara teori sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

Bab VI : Penutup. Bab ini menyajikan kesimpulan dan saran.

3. Bagian akhir berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian, serta lembar daftar riwayat hidup peneliti.