

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Saat ini dunia bisnis berkembang sangat pesat dan mengalami perubahan yang menciptakan persaingan yang semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan dengan berbagai inovasi dalam memasarkan produknya guna menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk. Pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat ini.

Perusahaan adalah suatu unit kegiatan produksi yang menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat untuk mencari keuntungan, tetapi juga mempunyai tujuan membuka kesempatan kerja, pertimbangan politik dan upaya pengabdian kepada masyarakat. Adapun tujuan didirikannya perusahaan yaitu tujuan ekonomis dan tujuan sosial. Yang pertama tujuan ekonomis berkenaan dengan upaya perusahaan untuk mempertahankan ekonominya. Contoh: mendapatkan laba, mempertahankan pelanggan, memenuhi kegiatan konsumen, mempertahankan karyawan produktif, meningkatkan kualitas produk, menstabilkan harga, meningkatkan kualitas produksi, mengembangkan kreativitas dan inovasi. Yang kedua tujuan sosial yaitu tujuan yang akan memberikan gambaran jika dalam

membangun perusahaan itu membutuhkan konsumen dan interaksi yang nyata dengan para pelanggan. Tujuan sosial lebih mengarah ke tujuan sebuah perusahaan dalam menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan para konsumennya dengan memuaskan apa yang mereka butuhkan dan memberikan pelayanan yang baik.<sup>2</sup>

Konsumen adalah orang atau pihak tertentu yang membeli barang atau menggunakan jasa yang tersedia dalam masyarakat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, keluarga, atau bahkan orang lain. Konsumen juga merupakan bagian terpenting dalam kegiatan ekonomi. Karena Konsumen di sini merupakan salah satu pelaku ekonomi disamping produsen dan distributor.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk di sini tentunya menjadi salah satu hal yang diharapkan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Dari sini pelaku usaha akan berusaha semaksimal mungkin untuk menghasilkan produk yang terbaik serta memberikan harga dan layanan terbaik untuk memuaskan konsumen sehingga akan memunculkan loyalitas konsumen itu sendiri.

Zeithaml dan Bitner, sebagaimana dikutip Sepni Emilia, mengatakan bahwa kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan faktor situasi. Faktor situasi yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen. Beberapa hal tersebut tentu saja mempengaruhi konsumen dalam

---

<sup>2</sup> Nathaniel Raba, *Pengantar Bisnis*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), hlm.

melakukan pembelian, ketika konsumen sudah merasa puas terhadap produk yang dibelinya maka konsumen tersebut tidak akan ragu untuk melakukan pembelian ulang. Seperti harga ketika produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi penetapan harga yang relatif murah atau pas dikantong akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan, kualitas produk yaitu dimana pelanggan akan merasa puas bila mendapat produk yang berkualitas, kualitas pelayanan atau jasa tak kalah penting pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang didapat baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan.<sup>3</sup>

Dalam membangun suatu usaha pasti ada kendala atau resiko. Resiko di sini merupakan suatu keadaan yang menekankan tentang kemungkinan bahwa masa depan akan terjadi peristiwa yang berbeda jauh dengan ekspektasi. Meskipun suatu usaha didirikan dengan harapan untuk memperoleh untung, keuntungan dari setiap usaha juga tidak dengan secepatnya diperoleh.<sup>4</sup> Dengan itu suatu perusahaan dituntut harus lebih giat dalam memasarkan produknya maka harus didasarkan dengan strategi yang baik pula agar mampu menciptakan nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan itu sendiri. Dengan semakin banyaknya industri kerajinan marmer sejenis yang bermunculan diberbagai daerah dengan daya tarik tersendiri, salah satunya yaitu industri kerajinan marmer yang berada di

---

<sup>3</sup> Sepni Emilia, ‘‘Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien’’, 2019, *Jurnal FISIP*, Vol 6 (6), hlm.6

<sup>4</sup> Sadono Sukirno, dkk., *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri, 2017), hlm. 6

kabupaten Tulungagung. Hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan data perusahaan marmer yang ada di Tulungagung:

**Tabel 1.1**  
**Kerajinan Marmer di Kabupaten Tulungagung<sup>5</sup>**

No	Nama Perusahaan	Alamat
1.	Mulya Stone	Dsn Blumbung RT.01/07, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung.
2.	CV. Tri Mulya Onyx	Desa Wates, Kecamatan Campudarat, Kabupaten Tulungagung.
3.	Anugerah marmer	Desa Gamping, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung
4.	CV. Muara Marmer	Desa Ngrance, Kecamatan Pakel, Kabupaten Tulungagung
5.	CV. Parikesit	Campurdarat Tulungagung
6.	Surya Jaya Stone	Tertek, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung
7.	Indo Karya	Desa Gamping, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung.
2.	Industri Marmer Bukit Agung	Desa Sukoanyar, Kecamatan Pakel, Kabupaten Tulungagung.
3.	Industri Marmer Indonesia Tulungagung	Desa Besole, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung.
4.	Industri Marmer Tulungagung	Jalan Raya Besole, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung.
5.	UD. Selo Makmur	Desa Besole RT.06 RW.02, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung.
6.	UD. Anak Agung	Desa Besole RT.05 RW.02, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung.
7.	UD. Nindya Karya	Dusun. Gambiran RT.01 RW.05, Kecamatan Besole, Kabupaten Tulungagung.
8.	PT. Bian Niaga Batuan	Dusun Kauman RT.02 RW.04, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung
9.	PT. Inter Karya	Desa Besole RT 01 RW.01, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung.
10.	Panguripan Jaya	Desa Sawo RT/13 RW.04, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung.
10.	Panguripan Jaya	Desa Sawo RT/13 RW.04, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung.

*Sumber data: Disperindag-Tulungagung*

<sup>5</sup> <https://disperindag.tulungagung.go.id/data-ikm-ta> (diakses pada tanggal 7 Februari 2022 pukul 13:00)

Dari tabel 1.1 menunjukkan banyaknya pesaing bisnis kerajinan marmer yang berada di Tulungagung. Hal tersebut didasari karena Kabupaten Tulungagung ini memiliki sumber daya alam yang tinggi. Dengan begitu mengakibatkan tingkat persaingan yang akan semakin tinggi. Di Kabupaten Tulungagung ini terdapat usaha yang bergerak dibidang industri marmer yang bernama Galery Marmer & Onix Kresna. Galeri Marmer & Onix Kresna sendiri berlokasi di jalan Yos Sudarso, Tamanan, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66217. Lokasi yang strategis yang letaknya ditengah perkotaan membuat Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung ini mudah diketahui dan ditemukan oleh konsumen. Batu marmer ini merupakan salah satu hasil bumi unggulan yang sangat terkenal di wilayah Tulungagung, ada berbagai macam hasil kerajinan dari batu marmer ini, dan sudah mulai merambah hingga pasar mancanegara. Kerajinan dari batu marmer ini sendiri memiliki keunikan dan keindahan yang menjadikannya sebagai komoditas unggulan kota Tulungagung.

Harga di sini merupakan salah satu faktor yang mendasar atau faktor utama konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk. Harga yang relatif mahal sedangkan tidak sesuai dengan produk yang dihasilkan akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian, apalagi ketika konsumen merasa tidak puas terhadap produk tersebut juga akan mempengaruhinya dalam melakukan keputusan pembelian berikutnya.

Kualitas produk juga tidak kalah penting produk yang kita hasilkan harus lebih baik dibanding produk pesaing. Kualitas produk yang ditawarkan harus benar – benar teruji dengan baik karena konsumen lebih memilih atau cenderung menyukai produk yang berkualitas baik dibandingkan produk lain yang sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kualitas produk yang baik juga akan mampu membuatnya bertahan ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat ini kualitas produk yang baik juga akan mampu menciptakan citra merek baik dimata konsumen sehingga lebih mudah diterima oleh konsumen.

Kualitas Pelayanan adalah di mana kita sebagai produsen mampu memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen seperti sikap acuh terhadap konsumen karena dengan sikap tersebut akan membuat konsumen merasa tidak nyaman dan tidak puas dalam melakukan pembelian terhadap produk kita sehingga menimbulkan citra merek yang buruk. Pelayanan yang baik yang dapat kita lakukan agar konsumen merasa nyaman yaitu dengan sikap yang sopan, ramah, tidak acuh terhadap konsumen.

Situasi adalah kondisi sekitar yang mampu mendorong seseorang untuk mengambil keputusan. Situasi sekitar konsumen, misalnya situasi akan kebutuhan dan rasa hormat. Ketika produk yang dihadirkan tidak sesuai maka akan mempengaruhi citra dan rasa puas konsumen.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan tujuan dan sarana dari pemasaran itu sendiri.<sup>6</sup> Perusahaan harus berusaha lebih baik lagi dalam memperhatikan tingkat kepuasan dari pelanggannya karena internet sekarang ini menyediakan sarana bagi konsumen untuk menyebarkan berita buruk ataupun berita baik dengan cepat ke seluruh dunia yang akan berpengaruh terhadap bisnis yang kita jalankan. Selain itu tujuan didirikannya sebuah bisnis untuk mendapatkan laba yang sebesar – besarnya, tetapi disisi lain konsumen juga harus merasa puas terhadap produk tersebut yang nantinya akan menjadikan konsumen tersebut supaya tetap menggunakan produk yang telah disediakan dan tidak akan menggunakan produk dari produsen lainnya, serta diharapkan hal tersebut dapat menambah konsumen baru. Karena kembali lagi bahwa kepuasan konsumen merupakan tujuan dan sarana pemasaran.

Berdasarkan beberapa teori yang telah dijabarkan tersebut, maka peneliti mengambil teori yang telah dikemukakan oleh Zeithmal dan Bitner bahwa kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan faktor situasi. Di mana dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk, harga seringkali menjadi daya tarik konsumen begitu pula kualitas produk apabila suatu produk kurang sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa. Oleh sebab itu, suatu produk yang berkualitas harus

---

<sup>6</sup> Philip Khotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 142

dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sama dengan kualitas produk, kualitas pelayanan di mana konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Dan yang terakhir variabel situasi di sini situasi yang baik juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Maka peneliti berasumsi bahwa harga, kualitas produk, kualitas layanan, dan situasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pada Galery Mamer & Onix Kresna ini menyediakan dan menerima pemesanan kerajinan dari marmer yang berupa perabot kuningan, piala meja dapur, meja kantor signboard untuk acara peresmian proyek, vendel, piala dan semua yang terbuat dari marmer. Konsumen tidak perlu khawatir akan kualitas karena Galery Marmer Onyx Kresna ini melayani pemasangan yang juga dikerjakan oleh ahli.

Atas dasar inilah penulis membuat proposal skripsi dengan judul **‘Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Situasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung’**’.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung?



3. Apakah kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung?
4. Apakah Situasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung?
5. Apakah harga, kualitas produk, kualitas layanan dan situasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk membuktikan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung.
2. Untuk membuktikan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung.
3. Untuk membuktikan pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung.
4. Untuk membuktikan pengaruh situasi terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung.
5. Untuk membuktikan pengaruh harga, kualitas produk, kualitas Pelayanan dan situasi terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat atau mengkritisi teori, menambah referensi, pengetahuan terkait dengan pengaruh harga,

kualitas produk, kualitas pelayanan, dan situasi terhadap kepuasan konsumen, turut memperkaya teori serta dapat mengembangkannya terkait wirausaha.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi peneliti lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai media pembelajaran untuk mengaplikasikan dan mengembangkan pemikiran dari teori – teori yang diperoleh saat di bangku perkuliahan. Dan terkait perlunya mempertimbangkan beberapa faktor dalam melakukan usaha dagang kedepannya khususnya kerajinan marmer, sehingga mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

### b. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan serta inovasi dan evaluasi dalam perbaikan program kedepannya untuk lebih menciptakan proses yang optimal sehingga tercipta pula hasil yang maksimal.

### c. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini dapat digunakan untuk menggerakkan minat berwirausaha masyarakat agar tercipta lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar dengan mulai mempertimbangkan dan fokus terhadap harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan situasi sehingga mampu memberikan kepuasan pada konsumen dan mampu meningkatkan perkembangan usahanya.

## **E. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah**

### 1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini berfokus pada Variabel X (*independent*) terhadap variabel Y (*dependent*). Variabel X yang dimaksud di sini adalah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan situasi. Sedangkan variabel Y adalah kepuasan konsumen.

### 2. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah yang tujuannya agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai dengan baik. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini hanya dilakukan dengan mengambil responden konsumen konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung.
- b. Terdapat banyak variabel yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, tetapi peneliti hanya mengambil variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan situasi.

## **F. Penegasan Istilah**

### 1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan definisi yang bersumber dari bahan kajian literatur yang relevan dengan penelitian atau kamus.

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk. Di mana nilai merupakan rasio atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya – biaya yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan suatu produk. Di mana penetapan harga harus dilakukan secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa sehingga kepuasan konsumen juga dapat terpenuhi.<sup>7</sup>
2. Kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam menunjukkan fungsinya. Di mana konsumen menyukai produk yang menawarkan Kualitas, kinerja, dan fitur inovatif terbaik. Kualitas produk yang baik akan mampu bertahan di persaingan bisnis yang semakin ketat ini kualitas produk juga akan memiliki citra baik dimata konsumen sehingga mudah diterima oleh konsumen<sup>8</sup>
3. Kualitas pelayanan dalam hal ini dapat diartikan sebagai service atau jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, ketepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk keputusan pembelian. Pelayanan yang baik akan mampu menarik konsumen agar tetap setia

---

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI,2019), hlm. 210

<sup>8</sup> Philip Khotler dan Kevin Lane, *Manajemen...*, hlm. 19

terhadap suatu produk, jika sikap acuh, tidak ramah maka konsumen akan beralih ke produk yang lain yang dirasa mampu memberikan layanan yang lebih baik.<sup>9</sup>

4. Situasi merupakan kondisi sekitar yang mampu mendorong seseorang untuk mengambil suatu keputusan. Situasi konsumen terdiri dari beberapa faktor yaitu tempat dan waktu di mana perilaku terjadi. Faktor situasional adalah faktor – faktor tertentu pada waktu dan tempat yang tidak mengikuti pengetahuan atribut pribadi (individual) dan stimulus (pilihan alternatif) dan memiliki efek menciptakan pembelian yang tidak direncanakan.<sup>10</sup>
5. Kepuasan konsumen merupakan rasa puas yang dirasakan seorang konsumen akan produk tersebut, konsumen merasa puas apabila produk tersebut sesuai keinginan dan sebaliknya apabila produk yang dihasilkan tidak memuaskan akan membuat konsumen merasa kecewa atau bahkan tidak akan kembali untuk melakukan pembelian ulang.<sup>11</sup>

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi variabel secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/objek yang diteliti. Secara operasional penelitian ini

---

<sup>9</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), hlm. 145

<sup>10</sup> Fadlanil Muflih, “Analisis Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Pembelian Impulsif Pada Binjai Supermall”, *Jurnal At-Tawassuth*, Vol 3 (2), hlm. 276

<sup>11</sup> Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen dan Citra Intuisi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia*, (Surabaya: Cv. Jakad Publishing, 2019), hlm. 32

dimaksudkan untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, kualitas layanan dan situasi terhadap kepuasan konsumen pada Galery Marmer & Onix Kresna Tulungagung. Di mana pada penelitian ini terdiri dari 4 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel Independen yang meliputi harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3), situasi (X4), dan variabel dependen yaitu Kepuasan konsumen (Y).

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dari penelitian ini terdiri dari bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir:

1. Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan.
2. Bagian utama terdiri dari

**BAB I** terdiri dari (a) latar belakang, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian (d) kegunaan penelitian, (e) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (f) penegasan istilah dan (g) sistematika pembahasan.

**BAB II** yaitu Landasan teori, dengan sub bagian (a) teori variable/sub variable pertama, (b) teori variable/sub variable kedua, (c) dan seterusnya, (d) penelitian terdahulu, (e) kerangka konsep, dan (f) hipotesis penelitian.

**BAB III** Metode penelitian yang dijabarkan menjadi (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel

penelitian, (c) sumber data, variable dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrument penelitian.

**BAB V** yaitu pembahasan di mana dalam bab ini berisi tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan peneliti.

**BAB VI** yaitu penutup, di mana dalam bab ini berisi tentang dua hal pokok yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan pernyataan singkat dan tepat yang disarikan dari hasil penelitian dan pembahasan untuk membuktikan kebenaran temuan atau hipotesis dan terkait dengan rumusan masalah atau tujuan dari penelitian. Sedangkan Saran dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti, ditujukan karena para pengelola objek dan atau subjek penelitian atau kepada peneliti dalam bidang sejenis, yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian yang sudah dilaksanakan. Saran merupakan suatu implikasi dari hasil penelitian sehingga keberadaannya harus relevan dengan kegunaan penelitian.

3. Bagian akhir yaitu daftar pustaka, lampiran – lampiran, daftar riwayat hidup.