

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Indonesia merupakan salah satu pasar yang sangat potensial untuk bisnis ritel. Besarnya bisnis ritel yang ada di Indonesia menjadikan salah satu peluang besar bagi perusahaan ritel asing untuk masuk. Ditambah dengan masuknya pihak asing ini, menjadikan persaingan bisnis ritel semakin ketat. Perkembangan dan persaingan usaha dalam bidang *fashion* terus terjadi dan seakan-akan tidak ada habisnya. Persaingan usaha dalam bidang *fashion* yang sedang terjadi saat ini termasuk sangat ketat dan masing-masing perusahaan memberikan nilai lebihnya dari pada tempat lain. Perusahaan yang bersaing seakan-akan tidak berhenti dalam memberikan pencitraan yang baik agar semakin melekat di benak konsumennya. Bisnis *fashion* sendiri terdiri dari berbagai macam, mulai dari pakaian, sepatu, sandal, tas, aksesoris, hingga berbagai macam perias wajah. Beragamnya usaha pada bidang *fashion* yang ada serta selera *fashion* dari konsumen yang berbeda-beda membuat manajer bisnis *fashion* perlu untuk berorientasi pada kesenangan, kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen selama menggunakan produk *fashion*.

Meningkatnya intensitas persaingan menyebabkan para pelaku usaha dituntut untuk memilih dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Hal ini tentunya dapat

dilakukan dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan respon terhadap keinginan dan kebutuhan mengenai pengalaman berbelanja pelanggan. Salah satu cara untuk memastikan kepuasan pelanggan adalah dengan mengutamakan kualitas produk yang diperdagangkan. Kualitas dari segi perusahaan merupakan suatu keunggulan dari produk yang diciptakan. Sedangkan dari segi konsumen, kualitas merupakan suatu bentuk dan karakteristik yang maksimal dari suatu barang dan jasa sehingga mampu memenuhi kebutuhan yang diharapkan baik yang tampak jelas maupun tersembunyi.<sup>2</sup> Kualitas dapat mencerminkan dari segi produk dan pelayanan yang diberikan.

Kualitas produk merupakan segala macam bentuk barang maupun jasa yang dipasarkan untuk menarik perhatian konsumen yang dapat memuaskan keinginan maupun kebutuhan.<sup>3</sup> Setiap konsumen yang mengunjungi gerai *fashion*, secara langsung akan melihat maupun mengamati dari produk yang ada pada *display* gerai itu sendiri. Selain itu, calon konsumen juga dapat memegang dan merasakan kualitas bahan dari produk yang dijual. Hal ini tentunya dapat memberikan macam-macam pemikiran mengenai standar kualitas produk yang diterapkan oleh konsumen. Oleh karena itu, kualitas produk yang dijual juga perlu

---

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006), Hlm. 23

<sup>3</sup> Philip Kotler, *Kualitas Produk Jilid 6*, (Jakarta: Erlangga, 2011), Hlm. 47

diperhatikan karena pelanggan akan membandingkannya dengan harapan masing-masing dan turut berperan dalam membentuk tingkat kepuasan.

Bisnis ritel tidak bisa berkembang jika hanya mengandalkan kualitas produk. Didalamnya harus terdapat faktor pendukung yang dapat menjadi karakteristik dari sebuah bisnis. Faktor pendukung lain yaitu adanya kualitas layanan. Setiap konsumen yang datang akan dilayani oleh para karyawan yang ada. Layanan yang diberikan karyawan terhadap konsumen dapat berperan dalam membentuk ciri khas dan keunggulan perusahaan. kualitas layanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau masih secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.<sup>4</sup> Kualitas pelayanan dapat dikatakan memuaskan dan memiliki kualitas yang baik apabila perbandingan antara pelayanan karyawan yang dirasakan konsumen sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan.<sup>5</sup> Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan apakah layanan yang sudah diberikan oleh setiap karyawannya telah sesuai dengan harapan konsumen karena kualitas layanan akan berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen.

Faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen selain kualitas produk dan kualitas layanan yaitu faktor harga. Harga merupakan salah satu elemen yang tidak dapat dipisahkan dalam urusan bisnis. Harga merupakan suatu nilai tukar yang sudah ditentukan oleh perusahaan atas

---

<sup>4</sup> Lijan Poltak Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Hlm. 5

<sup>5</sup> Arief, *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), Hlm. 118

barang atau jasa yang diperdagangkan untuk memuaskan keinginan pelanggan.<sup>6</sup> Dalam dunia perdagangan, harga dapat dikatakan sebagai suatu komposisi yang bersifat relatif. Hal ini karena harga dapat terbilang mahal oleh masyarakat dengan tingkat ekonomi yang menengah kebawah dan begitu juga sebaliknya, dapat terbilang murah bagi masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah keatas.

Berdasarkan fenomena dan teori diatas, persaingan bisnis terlebih dalam bidang *fashion* menuntut perusahaan untuk memilih strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan dalam melakukan penjualan kepada konsumen. Salah satu perusahaan ritel yang dikunjungi konsumen yaitu Matahari *Department Store*. Matahari *Department Store* merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang terletak Di Kediri *Town Square*. Berdasarkan pemantauan yang dilakukan oleh [jatim.idntimes.com](http://jatim.idntimes.com) dari beberapa tempat perbelanjaan yang ada, Kediri *Town Square* menjadi tempat yang favorit dan tempat yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan banyaknya *tenant* yang bergabung termasuk *tenant* Matahari *Department Store*.

Keunggulan dari Matahari *Department Store* dengan toko-toko lainnya yaitu mampu memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memilih produk yang disukai dan diinginkan dengan berbagai macam pilihan kualitas, harga, kuantitas, merek, dan ukuran yang dibutuhkan

---

<sup>6</sup> Christy Jacklin Gerung, Janjte Sepang dan Sjendry Loindong, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT Wahana Wirawan Manado* Jurnal EMBA Vol 5 No 2, (Manado, Universitas Sam Ratulangi, 2017) Hlm. 2223

pelanggan. Lingkungan perbelanjaan yang bersih, rapi, nyaman dan tertata dengan baik juga dapat meningkatkan daya tarik calon konsumen untuk berbelanja. Selain dari keunggulan tersebut, tentunya juga ada kekurangan dari PT Matahari *Department Store* seperti produk yang selalu berulang, harga yang tergolong mahal bagi sebagian orang, serta terlalu menampilkan berbagai macam bentuk advertensi yang malah membingungkan calon konsumen. Dengan adanya keunggulan dan kekurangan ini, perusahaan harus saling mendengarkan keinginan dan kebutuhan konsumen demi menjaga dan meningkatkan kesuksesan *Department Store* dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah masyarakat Di Kecamatan Kota, Kota Kediri tahun 2022 sebanyak 89,695 jiwa dengan jumlah kelompok keluarga sebesar 21.648 kepala keluarga. Kecamatan Kota mendominasi jumlah keluarga sejahtera terbanyak dengan presentase 86,9% dari jumlah total kepala keluarga Di Kecamatan Kota. Indikator keluarga sejahtera menurut Badan Pusat Statistik tahun 2015 salah satunya yaitu konsumsi dan pengeluaran keluarga. Dalam hal ini, masyarakat Kecamatan Kota, Kota Kediri mendominasi pengeluaran perkapita sebulan pada kelompok bukan makanan sebesar 54,54% yang mana pembelian produk *fashion* pada Matahari *Department Store* juga termasuk didalamnya.

Setiap konsumen memiliki kebutuhan dan harapan yang berbeda dalam memenuhi kebutuhan. Ketika kebutuhan dan harapan pelanggan terpenuhi, pelanggan akan merasa puas dan pada akhirnya menguntungkan

perusahaan. Strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk mendapatkan kepuasan konsumen antara lain melalui peningkatan kualitas produk, kualitas layanan dan harga. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan respons dari konsumen terhadap kesesuaian maupun ketidaksesuaian dari apa yang dirasakan setelah pemakaian produk ataupun jasa. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan mengenai tingkat kepuasan konsumen Matahari *Department Store* sebagai bahan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk PT Matahari Department Store memiliki kualitas terbaik dan mengikuti *trend fashion*,
2. Pelayanan yang diberikan sangat ramah dan sudah teratur,
3. Pembayaran yang disediakan sudah bisa melalui pembayaran tidak tunai,
4. Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan,

5. Konsumen merasa senang atas produk yang dijual, pelayanan karyawan dan harga yang sesuai dengan harapan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dijabarkan menjadi beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri?
2. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri?
3. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri?
4. Apakah kualitas produk, kualitas layanan, dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri.

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

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka kegunaan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

##### 1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dibidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca tentang pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Peneliti

Hasil pada penelitian ini diharapkan mampu menambah keterampilan dalam penulisan serta menambah wawasan peneliti lebih dalam mengenai bauran pemasaran pada perusahaan, dikhususkan dalam pemasaran kualitas produk, kualitas layanan dan harga untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan dan masukan bagi PT Matahari *Department Store* Di Kota Kediri mengenai kualitas produk, kualitas layanan, dan harga untuk meningkatkan kepuasan konsumen serta dapat memberikan kontribusi pada pengembangan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menambah wawasan dalam informasi ilmu pengetahuan bagi mahasiswa dan menjadi salah satu referensi perpustakaan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan dan bahan referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

## **F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, perlu adanya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian yaitu sebagai berikut:

### **1. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian merupakan batasan dalam mengkaji masalah yang akan diteliti. Adapun yang menjadi ruang lingkup penelitian ini yaitu:

- a. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.
- b. Variabel bebas penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat yang menjadi subjek dari penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan harga. Variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi variabel bebas dari penelitian ini yaitu kepuasan konsumen. Sedangkan yang menjadi objek dari penelitian ini yaitu konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri.

### **2. Keterbatasan Penelitian**

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, namun dalam penelitian ini hanya mengambil tiga variabel bebas (X) yaitu kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2) dan harga (X3) untuk mengetahui pengaruh terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan

konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri.

Data dari variabel bebas dan terikat didapatkan dari kuisisioner.

## **G. Penegasan Istilah**

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk merupakan keahlian suatu barang dalam memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melampaui dari apa yang diinginkan konsumen.<sup>7</sup> Dengan kata lain kualitas produk menentukan sejauh mana suatu produk dapat memenuhi spesifikasi kebutuhan dari konsumen.

#### b. Kualitas Layanan (X2)

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut.<sup>8</sup>

#### c. Harga (X3)

Harga merupakan sejumlah uang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa yang mana jumlah dari seluruh nilai yang konsumen

---

<sup>7</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1 & 2, (Jakarta: PT Indeks, 2016), Hlm. 164

<sup>8</sup> Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Gava Media, 2011), Hlm. 40

tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa tersebut.<sup>9</sup>

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.<sup>10</sup>

2. Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri” supaya tidak muncul berbagai penafsiran yang tidak diinginkan terhadap penelitian. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah ada pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Matahari *Departmen Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri. Dimana variabel bebas dari penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan harga sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen Matahari *Department Store* Di Kecamatan Kota, Kota Kediri.

---

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Bauran Pemasaran Edisi 4*, (Jakarta: PT Penhalindo, 2010), Hlm. 85

<sup>10</sup> Daryanto & Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), Hlm. 74

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk mempermudah pemahaman mengenai penulisan skripsi, maka peneliti membuat sistematis penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi sebagai berikut:

### **1. Bagian Awal**

Bagian awal penulisan skripsi terdiri atas halaman depan, halaman judul, halaman persetujuan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

### **2. Bagian Utama**

Bagian utama dalam penulisan skripsi yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi alasan pengambilan judul, deskripsi masalah yang akan dibahas yang terdiri dari: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan masalah, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori yang akan dibahas, terdiri dari: teori, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai mekanisme pengambilan data dan analisis data yang terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian; populasi,

sampling dan sampel penelitian; sumber data, variabel, dan skala pengukuran penelitian; teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian; dan teknik analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan, terdiri dari deskripsi objek penelitian dan analisis data.

#### BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN

Pada bab ini memaparkan hasil temuan dan membandingkan dengan teori-teori maupun studi empiris yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

#### BAB VI PENUTUP

Pada bab terakhir dari penelitian ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran-saran.

### 3. Bagian Akhir

Bagian akhir penulisan skripsi terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.