

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia semakin pesat. Banyak pengusaha yang mendirikan usaha dalam skala besar maupun kecil. Dalam setiap usaha yang dilakukan oleh setiap pengusaha menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu, setiap pengusaha harus memiliki strategi tersendiri agar dapat bersaing dengan pengusaha lainnya.

Persaingan antar bisnis saat ini semakin ketat, oleh karena itu para pelaku bisnis harus mengatur manajemen pemasarannya secara hati-hati. Dalam kondisi tersebut maka para pelaku bisnis harus dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya tetap berjalan dengan baik. Sehingga bisnis tersebut dapat bersaing dengan bisnis lainnya dengan melakukan strategi pemasaran yang dapat mengembangkan bisnisnya.

Salah satu faktor yang dapat menentukan keberhasilan dari strategi pemasaran sebuah usaha dapat dilihat dari jumlah penjualan yang telah dicapai. Ketika jumlah penjualan yang dicapai tinggi maka keuntungan yang diperoleh pengusaha juga akan tinggi. Seorang pebisnis harus memilih strategi khusus untuk mempertahankan dan meningkatkan kedudukannya di pasar.

Salah satu cara yang dapat menaikkan laba perusahaan adalah dengan mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan berusaha untuk menguasai pasar dari para pesaing bisnis. Persaingan yang

ketat mewajibkan pengusaha untuk selalu memiliki ide yang kreatif dan berinovasi untuk menarik minat pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi menjadi hal yang sangat penting untuk dapat mempertahankan posisi perusahaan.

Dalam menarik pelanggan untuk mengunjungi usaha dan melakukan pembelian bukanlah hal yang mudah. Sehingga perusahaan perlu menyusun strategi menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi konsumen seperti harga, lokasi, produk, pelayanan yang merupakan potensi yang sangat penting dalam menyusun strategi untuk menjaring konsumen.

Salah satu hal yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mencapai keberhasilannya adalah meraih tujuan perusahaan untuk dapat menciptakan dan mempertahankan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut maka setiap perusahaan harus berusaha untuk menghasilkan dan menyalurkan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen. Sebuah perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan sehingga seorang pemasar harus paham terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-faktor tersebut yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, biaya untuk memperoleh suatu produk, emosional. Kepuasan konsumen merupakan dampak dari pembelian yang mencerminkan sikap konsumen setelah melakukan pembelian produk perusahaan. Kepuasan konsumen menjadi bahan evaluasi dalam memperbaiki

produk yang dihasilkan untuk memenuhi harapan konsumen. Ketidakpuasan konsumen menjadi akibat untuk perusahaan apabila produk yang dihasilkan tidak dapat memenuhi harapan konsumen. Biasanya permasalahan yang sering terjadi adalah mengenai harga produk. Harga merupakan salah satu hal yang diperhatikan konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk.

Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan untuk mendapatkan hak kepemilikan terhadap suatu barang dan jasa.² Untuk dapat mencapai keberhasilan dalam memasarkan sebuah barang dan jasa maka setiap perusahaan harus menetapkan harga setiap produk. Tinggi dan rendahnya harga yang ditentukan oleh perusahaan dapat mempengaruhi laku atau tidaknya produk tersebut di pasaran.

Seperti yang di jelaskan Khusnul Agestina dalam penelitian terdahulu menyatakan bahwa hasil hipotesis menyatakan bahwa lokasi, harga, dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Slamet Widodo dalam penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Para konsumen akan melakukan transaksi pembelian terhadap suatu produk yang memiliki harga yang relatif rendah dengan kualitas yang baik. Jika konsumen membeli produk dengan harga yang murah dan kualitas produk

² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hlm. 151

yan baik tentu saja hal tersebut akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Sehingga harga juga berperan penting dalam memasarkan suatu produk dari sebuah perusahaan.

Harga menjadi salah satu penentu atau pertimbangan pelanggan jika akan melakukan sebuah transaksi. Harga merupakan suatu nilai yang diberikan konsumen untuk mendapatkan sebuah barang dan jasa. Harga adalah sebuah nilai yang harus diberikan untuk menikmati barang dan jasa. Penentuan sebuah harga harus sangat diperhatikan karena harga merupakan salah satu penentu laku tidaknya suatu barang dan jasa yang ditawarkan.³

Selain itu kepuasan konsumen setelah merasakan keunggulan produk, setidaknya menjadi cerminan keberhasilan perusahaan dalam segala tantangan yang menghambat laju perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang termasuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Dalam menciptakan kepuasan konsumen, maka penting bagi pemasar untuk mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang memicu kepuasan konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, biaya untuk mendapatkan produk, emosional.⁴ Suatu tempat usaha yang menyediakan kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai dengan produk yang disediakan akan mempengaruhi kepuasan konsumen, lokasi yang strategis dan sesuai dengan target pasar juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 175.

⁴Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : PT. Elex media Komputindo kelompok Gramedia 2001), hal. 84

Mengingat betapa pentingnya kualitas produk dan harga untuk kepuasan konsumen, maka perusahaan dituntut untuk berupaya meningkatkan potensi yang dimilikinya agar mampu mengimbangi laju persaingan, dan konsumen pun tak berpaling ke produk yang lainnya. Sehingga, kualitas produk dan layanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang artinya sangat penting bagi perusahaan, karena tanpa konsumen (pengguna jasa) ataupun pelanggan maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan-kegiatan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan konsumen.

Apabila konsumen merasa sangat puas akan menjadi lebih setia serta membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang ada. Kepuasan konsumen sangat penting untuk menghindari keluhan konsumen yang mungkin akan disampaikan pada konsumen lain, tujuan yang tidak kalah pentingnya adalah menjadikan konsumen yang loyal terhadap produk yang kita jual. Ada banyak pendekatan yang dapat digunakan untuk membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas yang baik, dari pendekatan tersebut dapat memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.

Salah satu variabel positif yang memberi kontribusi terhadap perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah sejauh mana kemampuan perusahaan mampu meningkatkan kualitas produk dan inovasi kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis.

Pada usaha industri atau bisnis jasa yang berorientasi pada konsumen, maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas produk jasa kepada kepuasan konsumen menjadi satu-satunya faktor penentu dari ekstansi perusahaan tersebut terlibat dalam dunia bisnis yang penuh dengan persaingan. Setiap perusahaan y maka perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada konsumen untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis.

Selain harus memperhatikan harga dan kualitas produk, sebuah perusahaan harus menentukan lokasi yang akan menjadi tempat usahanya. Lokasi merupakan tempat yang digunakan sebagai pelayanan kepada konsumen atau tempat untuk memasarkan barang barang yang dijualnya. Sehingga dalam menentukan lokasi usaha dalam menentukan lokasi usaha harus yang mudah dijangkau dan strategis yang kan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Saat ini *coffe shop* di Tulungagung semakin mudah ditemukan. Kabupaten Tulungagung menjadi salah satu peluang pengusaha untuk membuka *coffe house* karena mayoritas masyarakatnya merupakan pecinta kopi. Saat ini minum kopi di *coffe house* menjadi gaya hidup baru masyarakat Indonesia. Oleh karena itu saat ini sangat lah mudah menemukan *coffe house*. Sehingga seorang pengusaha harus berusaha untuk menghasilkan produk yang bagus agar keberhasilan sebuah usaha dapat tercapai dan keuntungan usaha akan meningkat. Dengan banyaknya usaha *coffe house* saat ini maka terjadi

persaingan yang sangat ketat dan menuntut pengusaha untuk dapat meningkatkan inovasinya agar produk yang dihasilkan menjadi unggulan masyarakat.

Setiap *coffe house* yang ada di Kabupaten Tulungagung memiliki performance yang berbeda-beda. Saat ini *coffe house* tidak hanya digunakan untuk tempat menikmati kopi saja tetapi juga untuk digunakan untuk pertemuan bisnis, keluarga dan maupun acara besar tidak hanya itu *coffehouse* juga hanya sekedar tempat untuk bersantai atau bercengkrama. Setiap *coffe house* juga berlomba-lomba untuk membuat desain dengan interior yang menarik dan nyaman untuk berbagai kalangan masyarakat agar konsumen tertarik untuk mengunjungi *coffe house* tersebut. Para konsumen juga sering melakukan kegiatan selfie di tempat yang instragramable dan menarik yang kemudian dapat di unggah di akun instagram. Selain tempat yang instragramable, pengusaha *coffe house* juga harus menyajikan makanan dan minuman yang kekinian yang disukai oleh kalangan anak muda.

Alasan penulis memilih lugo coffee sebagai lokasi penelitian karena penulis melihat bahwa lugo coffee memiliki tempat yang nyaman untuk pertemuan dengan siapapun dan cocok bagi semua umur, terletak di pinggir sungai yang menjadi pusat kuliner di Tulungagung, serta harga yang ditetapkan sesuai dengan produk yang disediakan dan tidak dikenakan pajak seperti *coffe house* lainnya. Lugo *coffe* berkonsep klasik dengan mensupport komunitas sepeda di Tulungagung sehingga penulis tertarik mengkaji lebih dalam

mengenai pengaruh kualitas produk, lokasi, dan harga terhadap kepuasan konsumen lugo coffee.

Berdasarkan uraian di atas, kunci keberhasilan sebuah usaha untuk dapat menghadapi persaingan bisnis adalah dengan memberikan kepuasan pada konsumen dengan meningkatkan kualitas produknya, harga yang relatif murah dan lokasi yang strategis dan mudah ditemukan. Dengan memberikan kepuasan kepada konsumen diharapkan para konsumen dapat datang kembali untuk melakukan pembelian secara berulang. Saat konsumen merasa puas, maka seorang pengusaha dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara meningkatkan kualitas produknya, memberikan harga yang ramah dikantong, lokasi yang menarik dan melakukan promosi agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Apabila hal tersebut diterapkan oleh semua pengusaha maka akan memberikan hasil yang positif bagi usaha tersebut. seorang konsumen yang sudah mendapatkan kepuasan terhadap suatu produk akan memberikan rekomendasi kepada teman-temannya untuk dapat membeli produk tersebut termasuk di lugo *coffee house*. Sehingga peneliti melakukan penelitian yang akan menerangkan bagaimana perilaku konsumen yang dapat meningkatkan usaha produsen agar memberikan kepuasan kepada konsumen. Dari uraian tersebut, perlu adanya penelitian lebih mendalam lagi mengenai pengaruh kualitas produk, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen pada lugo *coffee house* Tulungagung.

B. Identifikasi Masalah

Dari paparan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat memberolam identifikasi masalah yang akan menjadi bahan penelitian sebagai berikut:

1. Adanya persaingan bisnis *coffee house* yang saat ini sedang marak di Kabupaten Tulungagung.
2. Strategi perusahaan mengenai kualitas produk, lokasi, dan harga yang dilakukan oleh lugo *coffee* Tulungagung untuk menarik konsumen.
3. Besarnya pengaruh kualitas produk, lokasi, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada lugo *coffee* Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka mampu ditarik benang merah terkait apa saja yang menjadi permasalahan didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada lugo *coffe* Tulungagung?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada lugo *coffe* Tulungagung?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada lugo *coffe* Tulungagung?
4. Apakah kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada lugo *coffe* Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berlandaskan atas rumusan masalah yang tertera, maka dapat ditarik tujuan dari penelitian ini ialah berikut ini

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada lugo *coffe* Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada lugo *coffe* Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada lugo *coffe* Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas produk, lokasi dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada lugo *coffe* Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini nantinya penulis berharap mampu menyumbangkan pemikiran secara informatif untuk orang-orang atau khalayak luas terlebih mengenai faktor kualitas produk, lokasi, harga dan kepuasan pelanggan.

2. Secara Praktis

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi Pihak Akademik

Berdasarkan hasil dari penelitian ini nantinya penulis mengharapkan mampu menjadi tambahan referensi pembendaharaan

perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Bagi Penulis

Salah satu wadah atau media menambah pemahaman intelektual serta mengasah *softskill* terkait aspek permasalahan yang akan diteliti pada khususnya faktor-faktor variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Memberikan referensi bagi seorang peneliti lain yang melakukan penelitian dikemudian dengan tema yang sama tetapi terdapat variabel yang berbeda.

d. Bagi pengusaha

Bagi seorang pengusaha baru diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam menjalankan bisnisnya dan dapat digunakan untuk mempertimbangkan mengenai keputusan yang akan dilakukan dalam mengembangkan bisnisnya terutama yang berhubungan kepuasan pelanggannya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah

Dalam penelitian ini ruang lingkup penelitian dibatasi pada masalah mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain kinerja (*performance*), kehandalan (*reliability*), keistimewaan (*feature*), Kemampuan pelayanan (*serviceability*), daya tahan (*durability*), kesesuaian dengan spesifikasi

(*conformance to specification*), kegunaan (*serviceability*), estetika (*aesthetic*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

Supaya penelitian tidak terlalu luas dan memudahkan dalam memperoleh data, maka penulis membuat batasan masalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen di tinjau dari tiga aspek yaitu kualitas produk, lokasi, dan harga.
2. Dalam penelitian ini, untuk pengambilan sampel peneliti mengambil sampel pada pengunjung lugo coffee Tulungagung.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen yang pernah datang ke lugo coffee Tulungagung.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, lokasi dan harga. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Sampel dan populasi pada penelitian ini adalah pengunjung lugo coffee yang berada di Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini hanya meneliti mengenai kualitas produk, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Kualitas produk

Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan.⁵

⁵ Bentar dan Maduretno Widowati, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*, *Jurnal Ekonomi*, vol. 13 no. 1, tahun 2018, hal. 65

b. Lokasi

Lokasi adalah tempat adanya sebuah usaha. Lokasi yang strategis merupakan kunci keberhasilannya sebuah usaha. Pemilihan lokasi usaha harus dengan pertimbangan yang tepat karena lokasi usaha dapat menjadi aset jangka panjang yang akan memberikan dampak yang positif bagi usaha itu sendiri.⁶

c. Harga

Harga adalah sejumlah besaran nilai yang dibayar oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.⁷

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah seberapa besar perasaan pelanggan setelah mengonsumsi sebuah produk dengan membandingkannya dengan produk lain. Apabila suatu produk nilai kepuasan pelanggan lebih tinggi dibanding harapan konsumen maka konsumen merasa puas dengan produk tersebut.⁸

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Lugo *Coffee* Tulungagung dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen pada lugo

⁶ Paul Peter, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm. 268

⁷ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 175

⁸ Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), hlm. 17

coffe yang berada di Kabupaten Tulungagung. Pada penelitian ini terdapat variabel bebas dan variabel terikat. Dimana yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk, lokasi, dan harga. Sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan ini dibuat untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian ini. penelitian ini disusun dalam enam bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan secara umum dan gambaran isi penelitian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan mengenai kajian landasan teori (kualitas produk, lokasi, harga, dan kepuasan konsumen), penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian yang sesuai dengan Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Lugo Coffee Tulungagung.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan mengenai metodologi penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, sampel dan populasi penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, metode

pengumpulan data, analisis data, dan instrumen penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang hasil data penelitian dan temuan penelitian yang di dapatkan dari hasil penelitian lapangan yang dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisisioner

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang temuan penelitian yang kemudian dikaitkan dengan landasan teori dan penelitian sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini terdiri atas kesimpulan terhadap pembahasan data-data yang telah dianalisis dan saran pada pihak yang terkait dengan objek penelitian.