

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, perubahan dunia bisnis meningkat pesat. Hal tersebut dikhawatirkan dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan. Baik berupa toko, minimarket, department store, supermaket, dan usaha dagang lainnya. Hal ini berdampak pada ketatnya persaingan diantara para perusahaan yang bergerak dibidang yang sama. Perusahaan bersaing dalam menawarkan barang dan jasanya kepada para konsumen. Namun, disisi lain hal ini memberikan dampak positif yaitu perusahaan dituntut untuk selalu memikirkan strategi yang tepat untuk menarik para konsumen tersebut. Oleh sebab itu, perusahaan memiliki beberapa persyaratan yang harus dijalankan agar mencapai titik yang diinginkan oleh perusahaan tersebut yang pada intinya adalah untuk menciptakan dan mempertahankan keberadaan konsumen. Karena pada dasarnya konsumen akan selalu meningkatkan kualitas daya belinya sehingga perusahaan juga harus mampu mengimbangi kebutuhan serta keinginan dari konsumen itu sendiri agar konsumen selalu memberi produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepuasan merupakan efek akhir dari suatu pembelian sebagai sikap dalam berperilaku yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai pencapaian terhadap produk yang berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan. Kepuasan

konsumen merupakan evaluasi yang dilakukan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan konsumen adalah akibat yang ditimbulkan apabila hasil tidak sesuai dengan harapan. Masalah yang sering dihadapi perusahaan adalah masalah mengenai harga.

Salah satu yang sangat mempengaruhi konsumen yaitu terkait dengan harga, yang dalam hal ini harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan penggunaan barang atau jasa.² Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa setiap perusahaan atau organisasi harus menetapkan harga secara tepat. Dimana tinggi rendahnya harga yang diberikan kepada konsumen berpengaruh terhadap laku atau tidaknya suatu produk tersebut dipasaran.

Logikanya para konsumen pasti akan membeli suatu produk dengan harga yang relatif terjangkau dengan kualitas produk yang baik sehingga apabila konsumen membeli produk dengan harga yang relatif murah dan berkualitas baik pastinya akan memberi dampak pada kepuasan para konsumen. Oleh sebab itu, harga juga memiliki peran yang sangat penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari produk tersebut.

Kotler berpendapat bahwa yang dimaksud dengan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah

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

nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.³Harga juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli produk.Harga merupakan sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen (pembeli) untuk mendapatkan suatu produk.Sejumlah nilai (dalam bentuk mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa juga merupakan salah satu pengetahuan dari harga.Penentuan harga sendiri menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab diminati atau tidaknya suatu produk dan jasa yang ditawarkan.⁴

Dalam menentukan untuk membeli produk atau tidak, konsumen menggunakan harga sebagai bahan pertimbangannya. Dalam hal ini konsumen harus bisa menentukan barang apa saja yang ingin dibeli serta harus mengutamakan kebutuhan dan mengesampingkan keinginan. Karena hal ini bersangkutan dengan kemampuan daya beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan.Dalam hal ini perusahaan harus tepat dalam penentuan harga dan tidak hanya memikirkan margin semata, sehingga dapat diterima oleh konsumen tanpamengabaikan kualitas produk tersebut.

Faktor selanjutnya yaitu lokasi. Tanpa adanya lokasi atau wilayah maka sebuah usaha apapun tidak akan bisa berjalan. Oleh karena itu, penentuan lokasi sangatlah penting bagi perusahaan yang akan mendirikan sebuah usaha. Lokasi haruslah sesuai dengan usaha yang ingin

³ Philip Kotler dan Amstrong Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga: 2008), hal. 345.

⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 175.

dijalankan. Hal ini berkaitan dengan keberlangsungan usaha yang dijalankan. Dalam pemilihan lokasi juga harus memperhatikan apakah mudah dijangkau atau tidak.

Selain lokasi, faktor selanjutnya yaitu kelengkapan produk. Dalam sebuah toko, kelengkapan produk merupakan tujuan utama para konsumen untuk berbelanja ditoko tersebut. Apabila produk yang disediakan oleh toko tersebut bervariasi, baik dari segi jenis, merek, maupun ukuran maka para konsumen akan selalu kembali membeli kebutuhannya ditoko tersebut. Namun disisi lain apabila kelengkapan produk ditoko tersebut tidak sesuai dengan apa yang diharapkan para konsumen dalam artian tidak lengkap maka konsumen pasti akan beralih ke toko lain yang menyediakan produk lebih lengkap. Oleh karena itu, kelengkapan produk merupakan faktor penting yang harus dijalankan dalam sebuah toko atau perusahaan. Dalam hal ini juga berkaitan dengan keberlangsungan toko tersebut. Dari segi lokasi, Toko Dios Kandangan berada dilokasi yang strategis yaitu dekat dengan jalan raya sehingga mudah dijangkau oleh konsumen dan juga berada diwilayah yang memang ramai dengan kegiatan perekonomian karena dekat dengan pasar. Namun disisi lain, terdapat kekurangan yaitu mengenai tempat parkir yang sempit sehingga dalam hal ini sedikit memberikan ketidaknyamanan serta masalah bagi konsumen yang hendak berbelanja ketika akan memarkirkan kendaraannya.

Dalam menikmati berbelanja, setiap orang memiliki cara yang berbeda. Cara tersebut dapat dengan memilih toko yang mudah dijangkau

serta nyaman dengan harapan konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang untuk berbelanja ditoko tersebut. Ketika hal tersebut memuaskan konsumen maka akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang sehingga konsumen akan datang kembali ketempat tersebut. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi apa yang diinginkan konsumen maka akan timbul rasa ketidakpuasan. Dengan memberikan harga yang sesuai dan berbagai jenis produk yang beragam dan berkualitas, serta berbagai fasilitas pelayanan yang nyaman dan mudah dijangkau oleh konsumen maka akan meningkatkan rasa puas konsumen pada Toko Dios Desa Kandangan Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri.

Oleh karena itu, terdapat beberapa hal yang menjadi indikator tingkat kepuasan konsumen terhadap Toko Dios Kandangan yaitu apabila konsumen merasa puas maka akan melakukan pembelian ulang serta melakukan pembelian secara berkala di toko tersebut serta konsumen akan merekomendasikan kepada masyarakat yang lain jika ditoko tersebut memiliki harga yang terjangkau, lokasi yang mudah dijangkau serta memiliki produk yang lengkap. Dari hal tersebut maka tingkat kepuasan konsumen dapat diukur. Berbekal dari variabel yang peneliti sebutkan, peneliti ingin meneliti apakah ada keterkaitan antara variabel harga, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dari penjelasan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan **judul “Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kelengkapan Produk terhadap**

Tingkat Kepuasan pada Toko Dios Desa Kandangan Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri”.

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, agar pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Kandangan Desa Kandangan Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri. Identifikasi masalah yang mungkin muncul yaitu:

1. Semakin ketatnya suatu persaingan bisnis yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.
2. Strategi harga, lokasi, dan kelengkapan produk yang dilakukan oleh Toko Dios Kandangan untuk mendapatkan konsumen.
3. Besarnya pengaruh harga, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Desa Kandangan Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Kandangan?
2. Apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Kandangan?
3. Apakah variabel kelengkapan produk berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Kandangan?
4. Apakah variabel harga, lokasi, dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Kandangan?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan diadakan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Kandangan.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel lokasi terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Kandangan.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel kelengkapan produk terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Kandangan.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Kandangan.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini antara lain dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang tingkat kepuasan konsumen.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan diharapkan dapat menambah bahan informasi yang mungkin dapat digunakan bagi pihak manajemen perusahaan untuk melaksanakan strategi pemasaran selanjutnya.
- b. Bagi pihak akademik diharapkan dapat digunakan perbendaharaan perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi sekaligus pengembangan penelitian yang akan datang.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Beberapa hal yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Variabel yang digunakan terdiri dari empat variabel yaitu:

- a. Variabel bebas meliputi: harga (X_1), lokasi (X_2), kelengkapan produk (X_3).
- b. Satu variabel terikat adalah tingkat kepuasan konsumen (Y).

2. Keterbatasan

- a. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen pada Toko Dios Kandangan.

- b. Penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh lokasi, harga, dan kelengkapan produk terhadap tingkat kepuasan konsumen di Toko Dios Kandangan.
- c. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Harga

Harga merupakan satuan nilai yang berupa uang atau alat tukar lainnya untuk ditukarkan dengan produk atau jasa. Harga menurut istilah ekonomi adalah bentuk pembayaran (berupa mata uang) yang harus dilakukan oleh konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa dengan sejumlah nilai.⁵

Sedangkan untuk persepsi harga merupakan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran yang didapat oleh konsumen.⁶ Ada beberapa indikator yang memengaruhi harga yaitu harga pesaing, kualitas, harga yang sesuai dengan fasilitas dan fleksibilitas.

b. Lokasi

Lokasi merupakan salah satu penentu kesuksesan suatu usaha. Apabila suatu usaha salah dalam pemilihan lokasi maka usaha tersebut tidak akan bertahan lama. Namun disisi lain, apabila

⁵ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 175.

⁶ Joseph P Cannon, *Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global*, (Jakarta: Salemba 4, 2008), hal. 176.

toko atau perusahaan tepat dalam penentuan lokasi maka bias dipastikan akan mencapai tujuan dalam usaha yaitu kesuksesan. Oleh karena itu, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau merupakan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk meningkatkan kepuasan.⁷

c. Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemilik toko dalam pemenuhan barang yang terdapat ditoko tersebut. Dalam kegiatan ini pemilik toko diharapkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Kelengkapan produk merupakan suatu kegiatan pengadaan barang dalam suatu bisnis yang bertujuan menyediakan barang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam jumlah, waktu, dan harga yang sesuai dalam mencapai tujuan suatu bisnis.⁸

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang pikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, itu artinya konsumen puas. Kepuasan

⁷ Fransiska Novi Erviandri, *Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*, Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2018), hal. 37.

⁸ I Made Dangsina Wibawa, *Analisis Pengaruh promosi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan Berbelanja terhadap Keputusan pembelian pada Waserba Tenera Asahan*, Skripsi, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014), hal. 32.

konsumen merupakan salah satu tujuan penting bagi aktivitas bisnis.⁹

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh harga, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Toko Dios Desa Kandangan Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri. Pada penelitian ini, objek yang diteliti terdiri dari 3 variabel independen dan 1 variabel dependen yang mana X1 adalah harga, X2 adalah lokasi, X3 adalah kelengkapan produk, dan Y adalah kepuasan konsumen.

H. Sistematika Skripsi

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika skripsi disajikan dalam 6 bab dan setiap babnya terdapat sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut, sehingga sistematikanya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi.

BAB II Landasan Teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi harga, lokasi,

⁹ Novi Susanti, *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Betri Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo*, Skripsi, (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), hal. 35.

kelengkapan produk, dan kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu sebagai pembanding dalam penelitian ini. Kerangka berfikir penelitian dan hipotesis penelitian pada bagian akhir bab.

- BAB III Metode Penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.
- BAB IV Hasil Penelitian, deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian.
- BAB V Pembahasan, dalam bab ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti, jumlah dari pembahasan ini sama dengan jumlah hipotesis yang diteliti.
- BAB VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan, implikasi penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.