

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan usaha semakin meningkat terutama usaha dengan skala mikro kecil dan menengah di hampir seluruh wilayah di Indonesia. Bagi para pelaku usaha, perkembangan ini dapat menjadi tantangan dan peluang yang mengharuskan mereka menemukan strategi yang sesuai dengan perubahan kondisi masyarakat sekarang ini. Salah satu strategi yang harus disesuaikan adalah dalam bidang pemasaran. Pemasaran merupakan aktivitas proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan. Setiap pelaku bisnis harus melakukan kegiatan pemasaran sebagai langkah untuk mencapai tujuan pada masing-masing perusahaan tersebut. Kegiatan pemasaran dilakukan seiring dengan kegiatan operasional perusahaan-perusahaan itu sendiri. Menurut (N. Sari et al., 2017) pemasaran adalah “Suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Manajemen pemasaran adalah “Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.”

(Aditia et al., 2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan/ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja/ hasil yang diterimanya. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga. Menurut (Lubis & Andayani, 2017) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Penelitian ini penting dilakukan agar dapat mengukur seberapa baik pelayanan yang telah diberikan, serta mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan perusahaan Sucofindo selama ini, yang akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Dengan demikian diharapkan perusahaan dapat mengetahui serta mengantisipasi secara jelas tentang apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk menangani keluhan pelanggan, meningkatkan layanannya secara lebih baik, serta dapat bersaing dalam segmentasi pasar yang ada, agar tujuan perusahaan tercapai dan dapat berkembang di masa mendatang.

Menurut (Anjarwan, 2018) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh pelanggan yang dihasilkan oleh suatu produsen, produk dibeli oleh pelanggan karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produk (*tangible features*), tetapi juga aspek non fisik (*intangible features*) seperti citra dan jasa yang dapat dilihat. Dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk adalah macam-macam produk yang diperjualkan mulai dari merek atau pun jenis produk tersebut, serta ketersediaan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan

dan keinginan konsumen. Indikator kelengkapan produk yang di gunakan pada penelitian ini adalah keanekaragaman produk, variasi produk, macam merek produk, ketersediaan produk yang ditawarkan.

Menurut (Herawati et al., 2018) harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga mempengaruhi citra dan strategi positioning. Dalam pemasaran produk prestisius yang lebih mengutamakan citra kualitas dan eksklusifitas harga menjadi unsur penting. Konsumen cenderung mengasosiasikan harga dengan tingkat kualitas produk harga yang mahal di persepsikan mencerminkan kualitas yang tinggi dan sebaliknya, karena itu tidak mengherankan jika harga dari suatu produk spesial sangatlah mahal harganya. Dari uraian di atas, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa definisi harga adalah sesuatu yang bernilai yang di keluarkan oleh konsumen atau pelanggan dalam bentuk uang untuk membayar produk atau jasa yang ia terima.

Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan fasilitas yang baik untuk pelanggan dapat membuat pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan. Pengertian kualitas pelayanan oleh (Hartono, 2018) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Rohaeni & Marwa, 2018) Pelanggan apabila dirinya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan atau pengguna jasa tersebut akan menceritakan kepuasan layanan tersebut kepada calon pelanggan lain. Akan tetapi apabila pelanggan tersebut tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalaman mengecewakan. Apabila mengecewakan pelanggan itu akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas. Selanjutnya apabila pelanggan merasa tidak puas maka biasanya pelanggan akan melakukan tindakan yang berbeda – beda yaitu : diam saja, dan ada juga yang akan protes. Menurut (Anjarwan, 2018) terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat antara lain hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen, diharapkan perusahaan dapat mengetahui langkah apa yang harus ditempuh dalam memasarkan produknya dan dapat menentukan beberapa strategi yang dapat dipilih untuk mengembangkan usahanya. Oleh karena itu pengukuran kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting dalam proses pemasaran. Indikator kepuasan konsumen meliputi *Re-purchase* (berkunjung kembali), menciptakan *Word-of-Mouth*, menciptakan citra perusahaan, menciptakan kunjungan pembelian terus menerus. Toko Rovin's Prajekan Bondowoso harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan cara menyediakan produk yang lengkap dan mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat atau pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat yaitu terciptanya hubungan harmonis antara toko dengan pelanggan, terjadinya kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk yang pada akhirnya dapat menguntungkan toko Rovin's Prajekan Bondowoso.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan (Anjarwan, 2018) yang berjudul Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba DM Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini bahwa variabel kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. (Abdul Gofur, 2019) yang

berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. (Santoso, 2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Lapis Kukul Pahlawan Surabaya Ditoko Rania). Hasil dari penelitian ini bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Kontribusi dari penelitian ini, ingin mereplikasi penelitian-penelitian sebelumnya berdasarkan hasil penelitian yang tidak konsisten hasilnya dengan menggunakan unit analisa yang berbeda dalam rangka memperkaya kajian empiris tentang bidang penelitian saya yang berjudul “Kelengkapan Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Rovin’s Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso”.

Kelengkapan produk di toko Rovin’s Prajekan Bondowoso perlu ditingkatkan sesuai dengan harapan pelanggan. Toko Rovin’s Prajekan Bondowoso memberikan beranekaragam produk dari pensil, buku, kertas, pulpen, dan kebutuhan alat tulis lainnya yang berkualitas untuk pelanggannya. Dengan memiliki beranekaragam produk untuk dipilih pelanggan, maka akan membuat toko Rovin’s menjadi ramai dikunjungi oleh pelanggan. Adapun permasalahan yang ada ditoko saat ini adalah produk yang habis di rak tidak langsung di display lagi. Mengingat masih ada stok barang di gudang, dikarenakan kurangnya karyawan yang dipindahkan ke cabang baru Rovin’s Cerme Bondowoso. Hal itu membuat pelanggan yang enggan bertanya tidak jadi membeli. Mengingat tidak semua pelanggan mau bertanya tentang stok barang yang kosong, ada yang malu bertanya atau bahkan malas bertanya. Toko Rovin’s Prajekan Bondowoso bukan hanya menjual alat tulis melainkan juga menjual buku pelajaran sekolah dasar (SD), buku-buku cerita, buku-buku bergambar, dan lain-lain.

Selain kelengkapan produk yang diutamakan dalam toko Rovin’s, harga dari produk juga tidak boleh dikesampingkan. Penetapan harga yang tepat dapat menjadi kunci utama toko Rovin’s untuk meningkatkan jumlah produk yang dijual. Apabila penetapan harga dalam sebuah produk tidak sesuai dengan pasar maka kemungkinannya sangat kecil untuk produk tersebut akan terjual dan laku di pasaran. Harga produk yang ditawarkan kepada pelanggan harus di sesuaikan dengan tepat. Harga yang sesuai dan terjangkau dapat meningkatkan minat pelanggan untuk membeli. Sebaliknya, jika harga yang tidak terjangkau atau mahal dapat mengurangi kepuasan pelanggan untuk membeli. Harga yang ditawarkan ditoko Rovin’s Prajekan Bondowoso relatif hampir sama dengan produk yang dijual di pasaran. Meskipun toko Rovin’s cukup banyak diminati oleh pelanggan, namun persaingan yang ketat di daerah Prajekan memiliki dampak tertentu pada kegiatan usahanya. Toko Rovin’s Prajekan Bondowoso memiliki permasalahan yaitu tidak memberi harga perproduknya pada setiap rak. Dengan demikian pelanggan masih harus bertanya harga pada produk tertentu yang di inginkan kepada karyawannya.

Selain harga yang relatif terjangkau, faktor penting lainnya adalah pelayanan. Pelayanan yang baik mampu membuat kesan positif bagi pelanggan ditoko Rovin’s Prajekan Bondowoso. Pelayanan terbaik merupakan strategi yang tepat untuk membuat pelanggan merasa senang akan pelayanan yang ada ditoko Rovin’s Prajekan Bondowoso. Pelayanan di toko Rovin’s Prajekan Bondowoso cepat dan tanggap. Mengingat toko Rovin’s Prajekan Bondowoso membuka cabang baru di daerah Cerme Bondowoso mejadi pelayanan disana sedikit lambat karena pengurangan karyawan atau pemindahan beberapa karyawan. Toko juga menerapkan 5S (senyum, sapa, salam, sopan, dan santun), keramahan pada saat melayani. Akan tetapi pada saat ini toko kekurangan karyawan karna karyawannya dibagi dua dengan toko yang dicabang baru. Maka dari itu pelayanan ditoko Rovin’s Prajekan Bondowoso sedikit lambat untuk melayani pelanggan jika sedang ramai pembeli. Toko juga menyediakan kotak saran atas pelayanan yang ada ditoko.

Pelanggan sekarang memiliki kualitas yang lebih luas dan bermacam-macam sebab banyaknya pilihan dari barang yang dipasarkan. Sehingga kondisi tersebut memaksa penjual untuk bisa menyediakan barang berkualitas. Pelanggan pun akan merespon terkait kelengkapan produk. Jika Toko Rovin's Prajekan Bondowoso bisa menyediakan produk yang pelanggan mau dengan cepat memperoleh produk yang diinginkannya. Harga juga akan berpengaruh pada Pelanggan, harga yang rendah akan meningkatkan minat pelanggan, begitu pula sebaliknya. Kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh dalam menentukan kepuasan konsumen saat berbelanja di Toko Rovin's Prajekan Bondowoso, karena jika petugasnya melayani dengan baik maka pelanggan akan merasa puas. Dari 150 Responden pada Kepuasan pelanggan di Toko Rovin's Prajekan Bondowoso terjadi kepuasan pelanggan pada kelengkapan produk, harga dan pelayanan. Toko Rovin's Prajekan Bondowoso sudah banyak dikenal masyarakat Prajekan. Karena mini market atau toko merupakan salah satu tempat yang sering dikunjungi apabila ingin membeli suatu produk. Oleh sebab itu banyak toko bersaing untuk mengeluarkan produk sesuai dengan banyaknya peminat dari produk yang akan dijual. Toko Rovin's Prajekan Bondowoso ini merupakan salah satu toko yang tumbuh dan berkembang di Prajekan Bondowoso. Saat ini toko Rovin's Prajekan Bondowoso memiliki 1 cabang yang berada di Kecamatan Cermee Bondowoso. Hadirnya toko Rovin's khususnya di Kecamatan Prajekan sebagai toko perlengkapan alat tulis untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Kecamatan Prajekan. Bertambahnya toko Rovin's ini bertujuan untuk memberikan alternatif bagi masyarakat yang konsumtif tadi berbelanja dengan harga yang bersaing serta kualitas barang pilihan. Hal ini yang merupakan strategi yang sangat baik untuk bisa bertahan dalam bersaing dengan toko sejenis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko Rovin's Prajekan Bondowoso ?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko Rovin's Prajekan Bondowoso ?
3. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko Rovin's Prajekan Bondowoso ?
4. Apakah kelengkapan produk, harga, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko Rovin's Prajekan Bondowoso ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijabarkan, maka tujuan penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan di toko Rovin's Prajekan Bondowoso
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan di toko Rovin's Prajekan Bondowoso
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di toko Rovin's Prajekan Bondowoso
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan kelengkapan produk, harga, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko Rovin's Prajekan Bondowoso

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat bagi pihak toko Rovin's Prajekan Bondowoso, penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menetapkan kebijakan mengenai kelengkapan produk, harga, dan kualitas pelayanan, sehingga diminati banyak pelanggan dan toko menjadi lebih berkembang kedepannya.
2. Bagi Universitas, sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan pendidikan sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi dalam penelitian sejenis.

