

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan era globalisasi saat ini, suatu perusahaan barang atau jasa keduanya harus mampu menjalankan usahanya dengan melakukan inovasi produk atau pengembangan produk, menentukan lokasi yang strategis, melakukan promosi penjualan, menambah fasilitas pelayanan, menetapkan harga yang kompetitif, serta memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Perusahaan pada umumnya berusaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan membentuk strategi-strategi usaha, menciptakan peluang baru, berinovasi, serta menumbuhkan laba yang optimal agar dapat memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan bisnis. Upaya untuk mempertahankan agar perusahaan mampu bertahan dalam persaingan bisnis adalah dengan melakukan kegiatan pemasaran yang berinovatif dan kreatif (mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru sehingga produk atau jasa yang ditawarkan relatif berbeda dengan produk sebelumnya). Kegiatan pemasaran menjadi pokok kegiatan dari sebuah perusahaan untuk mencapai suatu tujuannya, seperti halnya melakukan pengembangan produk, penetapan harga, menentukan lokasi yang strategis, dan memberikan pelayanan yang memuaskan serta memberikan kualitas produk yang baik, hal tersebut merupakan inti dari kegiatan pemasaran. Orang-orang pemasaran memasarkan 10 tipe entitas (hal yang bisa ditawarkan kepada konsumen) yaitu barang, jasa, acara, pengalaman, orang, tempat, property, (hak kepemilikan), organisasi, informasi, dan ide. Menurut Kotler dan Keller (2007), pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik saham.

Dalam suatu aktivitas pemasaran pasti akan dihadapkan pada sebuah persaingan bisnis, yang mana persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula (Mujahidin, 2007). Para pelaku bisnis harus selalu menemukan ide-ide dan strategi baru dalam mempertahankan eksistensinya. Hal tersebut harus selalu berorientasi kepada keinginan konsumen agar konsumen puas terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. Banyak perusahaan yang saling berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasar

didalam persaingan, sehingga hal ini memicu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnis perusahaan. Perusahaan harus berkompetensi dengan para pesaingannya agar dapat bertahan dan tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen.

Berbagai cara akan dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik agar dapat bertahan dalam persaingan dan tentunya memberikan kepuasan terhadap konsumen. Memberikan pelayanan dan kualitas yang baik adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan karena adanya hubungan yang sangat erat antara kualitas pelayanan yang berujung dengan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2009). Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan factor penting dalam suatu bisnis untuk mewujudkan kepuasan itu pun bukanlah hal yang mudah. Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam teori dan aplikasi pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi epektifitas bisnis (Hartono, 2006). Setiap perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggannya dengan penawaran dan pelayanan yang optimal, mengingat perusahaan harus mampu mempertahankan posisinya di tengah persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini terutama dalam bidang jasa seperti usaha fotokopi yang berada di Jember.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sarvia, dkk (2009) yang menyatakan tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap T refill Centre, persaingan antara T refill Centre, segmenting, targeting, positioning serta upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan daya saing terhadap T Refill Centre. Hasil menunjukkan bahwa diperoleh 27 variabel yang secara signifikan dinyatakan belum puas. Salah satu upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kepuasan dan persaingan berdasarkan urutan prioritas perbaikan dalam hal produk adalah menyediakan tinta yang tidak mengeluarkan aroma sehingga nyaman saat digunakan.

Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Pratama, dkk (2015) yang menyatakan tujuan dari penelitiannya adalah untuk memperhatikan kompetitor dari segi kelebihan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang kemudian akan dibuat sebagai masukan dalam perancangan strategi dan untuk mengetahui sejauh mana mutu pelayanan yang telah dilakukan perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang berada pada daerah unggul pada pengolahan data

menggunakan CA dan berada pada kuadran II, III, IV tidak perlu melakukan perbaikan atribut karena sudah berada dalam posisi yang unggul.

Sekarang ini, di kota Jember sudah banyak berdiri usaha-usaha fotokopi seperti usaha fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember yang berdiri sejak tahun 2005 yang beralamatkan di Jalan Mastrib no. 15 Jember yang mana saat ini telah berkembang dan telah memiliki tujuh cabang fotokopi yang berada di daerah Jember. Persaingan usaha fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember sangatlah ketat dikarenakan lokasi para pesaing sangatlah strategis dan juga berdekatan dengan fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember, selain itu para pesaingnya memiliki pelayanan yang cukup bagus, memiliki fasilitas yang cukup lengkap serta ruang (tempat usaha) yang dimiliki sangatlah luas. Fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember harus mampu berkompetensi dengan para pesaingnya agar dapat bertahan dan tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang berikan serta memberikan fasilitas yang memadai bagi konsumen. Persaingan bisnis dapat memicu setiap perusahaan untuk memotivasi sekaligus factor penggali dan pengembang potensi dalam menghadapi bentuk-bentuk persaingan sehingga dapat mengarah pada hal yang positif.

Hadirnya mesin fotokopi merupakan suatu bagian dari perkembangan teknologi yang sangat dirasakan manfaatnya. Biasanya dalam sebuah pekerjaan, mesin fotokopi sangat dibutuhkan untuk memperbanyak data dan dokumen secara singkat dan mudah, namun setelah saya amati di beberapa tempat fotokopi, khususnya fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember yang masih memiliki beberapa kekurangan diantaranya hasil fotocopyan kurang memuaskan, contohnya kualitas warna yang terlalu gelap atau terlalu terang, adanya garis di hasil cetakan, hasil cetakan yang berkerut, mesin rusak, kertas macet dan kurangnya kelengkapan produk ATK (Alat Tulis Kantor), selain itu kurangnya promosi produk karena promosi yang dilakukan oleh fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember ini hanya melalui banner dan *word of mouth* saja serta terdapat beberapa cabang dari fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember ini yang kurang memberikan hal yang nyaman bagi konsumen, contohnya tempat yang kurang bersih, kemudian para pegawai yang kurang profesional, dan fasilitas lain yang ditawarkan kurang lengkap. Hal tersebut tentunya sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen sehingga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dari tahun ke tahun memiliki perkembangan yang sangat baik yaitu mereka selalu mengembangkan produk dengan menambah fasilitas serta terus membuka cabang di beberapa daerah yang memiliki letak strategis dan sampai saat ini fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember telah memiliki tujuh cabang di kota Jember. Adapun daftar cabang fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dapat dilihat melalui tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1

Daftar Cabang Fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember

No	Nama	Alamat
1	SEP Cabang 1	Jl. Mastrib no. 15 Jember
2	SEP Cabang 2	Jl. Kalimantan no. 23 Jember
3	SEP Cabang 3	Jl. Jawa no. 20 Jember
4	SEP Cabang 4	Jl. Jawa no. 48 C Jember
5	SEP Cabang 5	Jl. Karimata no. 72 Jember
6	SEP Cabang 6	Jl. Karimata no. 53 Jember
7	SEP Cabang 7	Jl. Jawa no. 28 E Jember

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa terdapat tujuh cabang fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember antara lain berada di Jl. Mastrib no. 15 Jember, Jl. Kalimantan no. 23 Jember, Jl. Jawa no. 20 Jember, Jl. Jawa no. 48 C Jember, Jl. Karimata no. 72 Jember, Jl. Karimata no. 53 Jember, Jl. Jawa no. 28 E Jember, yang mana lokasi dari setiap cabang tersebut sangatlah strategis yaitu dekat dengan Universitas, sekolah, kantor dan lain-lain, serta juga dekat dengan pasar sasaran mereka yaitu mahasiswa.

Usaha fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember diperuntukan untuk segala kalangan yang membutuhkan jasa fotokopi, jilid, laminating, print warna, burning CD, cetak foto, dan ATK, serta usaha fotokopi ini memberikan layanan prima bagi konsumen yang mana usaha ini buka lebih awal dibandingkan para pesaingnya yaitu dari jam 05.30 pagi - 10.00 malam. Jadi, fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember berusaha memberikan layanan terbaik bagi pelanggan yaitu dengan jam kerja 17 jam, selain itu lokasi yang dimiliki cukup strategis serta karyawan fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember juga melayani dengan cepat, rapi, dan ramah. Hal tersebut sesuai dengan lima konsep yang dimiliki oleh fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember ini yaitu melayani lebih pagi dengan sepenuh hati, menggunakan mesin copy digital terbaik (Canon iR5000/6000), menggunakan kertas merek terkenal (Paper One, Gold, dan Bola Dunia), menggunakan tinta berkualitas (Canon iR5000/6000), dan menjadikan pelanggan sebagai sahabat dan mitra kami. Hal ini dimaksudkan agar konsumen mendapatkan pelayanan prima sehingga tercipta suatu kepuasan konsumen dan dapat bertahan serta memenangkan persaingan bisnis.

Persaingan bisnis fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember sangatlah ketat menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan karena terlalu banyak pesaing dengan keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing, sehingga sulit bagi fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember untuk merebut pangsa pasar pesaing. Adapun daftar pesaing dari fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dapat dilihat melalui tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2

Daftar Pesaing Fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember

No	Nama	Alamat
1	Amore 3	Jl. Mastrib no. 22 Jember
2	Mentari	Jl. Mastrib no. 22 Jember
3	Corner	Jl. Mastrib no. 22 Jember
4	M.A.S	Jl. Mastrib no. 25 Jember
5	Surya Adi Shifa	Jl. Kalimantan no. 27 Jember
6	Nirwana	Jl. Kalimantan no. 32 Jember
7	Raya Printing	Jl. Kalimantan no. 24 Jember
8	Venus Panasonic	Jl. Jawa no. 27 A Jember
9	Evana Komputer	Jl. Jawa no. 43 Jember
10	Percetakan Offset	Jl. Jawa no. 23 Jember
11	Pukiluk	Jl. Karimata no. 28 Jember
12	Al-Aziz	Jl. Karimata no. 55 Jember
13	Gladys	Jl. Karimata no. 78 Jember
14	Rumah D-Zaind Jember	Jl. Karimata no. 06 Jember
15	Ar-Rohman	Jl. Karimata no. 20 Jember
16	Al-Malik	Jl. Karimata no. 23 Jember
17	A2MFC Digital Copier	Jl. Jawa 4 Ruko Wiwasya Jember

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.2 diatas diketahui bahwa persaingan bisnis yang terjadi pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember sangatlah ketat, yang mana mereka memiliki lokasi yang cukup berdampingan dengan fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember, sehingga tidak menutup kemungkinan akan mempengaruhi jumlah konsumen yang ada pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat, maka fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember harus memiliki keunggulan bersaing untuk dapat terus bertahan pada pelayanan yang mereka tawarkan pada konsumen.

Banyaknya pesaing ataupun kompetitor fotokopi yang ada saat ini, khususnya yang berada di sekitar kampus. Mereka berlomba-lomba memenangkan persaingan bisnis dan bertahan dalam persaingan karena mereka yakin bahwa bisnis ini memiliki prospek yang bagus kedepannya seperti persaingan yang terjadi pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember yang memiliki beberapa pesaing diantara beberapa cabang yang dimiliki. Analisis pesaing pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dilihat dari segi seberapa lama perusahaan itu berdiri, fasilitas dan ruang dari tempat usaha dapat dilihat melalui analisis pesaing seperti pada tabel 1.3 berikut.

Tabel 1.3
Analisis Pesaing Fotokopi SEP (Setengah Enam Page) Jember

No	Nama Fotokopi	Nama Pemilik	Tahun Berdiri	Fasilitas	Ruang
1.	SEP Cabang 1	Moh. Khoirul dan Suwardi	2005	4 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Sangat Luas
Pesaing SEP Cabang 1:					
	a. Amore 3	Moh. Jen	2008	3 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Sangat Luas
	b. Mentari	Moh. Hanto	2007	4 Komputer, 5 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 2 Printer	Sangat Luas
	c. Corner	Bebun Naim	2008	2 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Cukup Luas
	d. M.A.S	Asrof Farodis	2014	2 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Kecil
2.	SEP Cabang 2	Suwardi dan Edi	2006	3 Komputer, 4 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Sangat Luas
Pesaing SEP Cabang 2:					
	a. Surya Adi Shifa	Moh. Surya Adi	2007	4 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Sangat Luas
	b. Nirwana	Nirwana	2008	2 Komputer, 1 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Kecil
	c. Raya Printing	Moh. Nasir	2008	4 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 2 Printer	Sangat Luar
3.	SEP Cabang 3	Suwardi dan Edi	2013	3 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 2 Printer	Sangat Luas
Pesaing SEP Cabang 3:					
	a. Venus Panasonic	Moh. Arman	1994	3 Komputer, 4 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Cukup Luas
4.	SEP Cabang 4	Suwardi dan Edi	2009	4 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 2 Printer	Sangat Luas
Pesaing SEP Cabang 4:					

No	Nama Fotokopi	Nama Pemilik	Tahun Berdiri	Fasilitas	Ruang
	a. Evana Komputer	Ratna	2010	3 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 2 Printer	Sangat Luas
	b. Percetakan Offset	Moh. Hidayat	2008	7 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 2 Printer	Cukup Luas
5.	SEP Cabang 5	Suwardi dan Weni	2005	4 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 2 Printer	Sangat Luas
Pesaing SEP Cabang 5:					
	a. Pukiluk	Indra	2008	2 Komputer, 1 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Kecil
	b. Al-Aziz	Hartono	2012	2 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Cukup Luas
	c. Gladys	Noval	2007	1 Komputer, 1 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Cukup Luas
6.	SEP Cabang 6	Suwardi dan Weni	2005	3 Komputer, 3 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Cukup Luas
Pesaing SEP Cabang 6:					
	a. Rumah D-Zaind Jember	Rizal	2008	5 Komputer, 4 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Sangat Luas
	b. Ar-Rohman	Rudi	2008	1 Komputer, 1 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Kecil
	c. Al-Malik	Ahmad Malik	2007	2 Komputer, 1 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Cukup Luas
7.	SEP Cabang 7	Wardi	2017	3 Komputer, 2 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Sangat Luas
Pesaing SEP Cabang 7:					
	a. A2MFC Digital Copier	Suharto	2008	3 Komputer, 1 Mesin Fotokopi, 1 Laminator, dan 1 Printer	Kecil

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa terdapat beberapa pesaing terkuat dan terdekat dari fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember diantaranya fotokopi Amore 3 dan fotokopi Mentari yang merupakan pesaing dari fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember cabang 1, serta fotokopi Al-Aziz yang merupakan salah satu pesaing dari fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember cabang 5. Ketiga fotokopi tersebut merupakan pesaing-pesaing terkuat dan terdekat dari fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dikarenakan selalu ramai oleh konsumen, memiliki fasilitas yang cukup lengkap, lokasi yang strategis serta ruang (tempat usaha) yang cukup luas, memiliki pelayanan yang bagus (setara dengan fotokopi SEP), selain itu lokasi mereka sangatlah dekat dengan fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember, kemudian mereka mendirikan usaha sudah cukup lama yaitu lebih dari lima tahun dan berdasarkan hal tersebut penelitian ini hanya membatasi terhadap 3 pesaing dari fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember.

Berdasarkan data tersebut tentu menarik sekali untuk melihat bagaimana persaingan diantara usaha-usaha fotokopi tersebut. Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam analisis persaingan yaitu *Correspondence Analysis* yang digunakan untuk membandingkan posisi fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dengan pesaing pada map dan untuk memperhatikan pesaing yaitu dari segi kelebihan dan kelemahan yang dimiliki, yang kemudian akan dibuat sebagai masukan dalam perencanaan strategi perusahaan.

Dalam mempertahankan persaingan bisnis maka perlu mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh kompetitor sehingga dapat membuat perencanaan strategis dalam menghadapinya, serta didalam mengukur tingkat kepuasan konsumen maka perlu membandingkan tingkat harapan konsumen dengan tingkat kinerja perusahaan. Adapun harapan yang diinginkan konsumen diantaranya produk yang dijual memiliki kualitas yang baik, harga jual produk sesuai dengan kualitas produk, lokasi toko yang strategis, keramahan dan kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, kebersihan toko, tersedianya kursi tunggu yang cukup, suasana toko yang nyaman, fasilitas parkir yang luas dan aman, serta proses penjilidan yang rapi. Apabila tingkat harapan lebih tinggi daripada kinerja perusahaan itu berarti bahwa konsumen belum mencapai kepuasan dan begitu pula sebaliknya. Berbagai cara dapat ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut, salah satunya adalah dengan memahami kebutuhan dan keinginan pasar untuk dijadikan dasar merumuskan strategi kepuasan konsumen dan bertahan dalam persaingan. Melihat keadaan inilah penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen dan persaingan dalam bisnis perusahaan fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul **“Penerapan Metode Correspondence Analysis dan Importance Performance Analysis Terhadap Persaingan dan Kepuasan Konsumen Pada Fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persaingan usaha fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dengan pesaing terdekat?
2. Bagaimana persepsi dan harapan konsumen pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember?
3. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis persaingan usaha fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember dengan pesaing terdekat.
2. Untuk menganalisis persepsi dan harapan konsumen pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember.
3. Untuk menganalisis upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen pada fotokopi SEP (Setengah Enam Pagi) Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait. Adapun manfaat penelitian yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
Dapat menambah pengetahuan, wawasan serta dapat menerapkan pengalaman dan ilmu yang telah didapat di bangku kuliah ke dalam praktek, khususnya yang ada hubungannya dengan masalah penelitian tersebut.
2. Bagi Akademis
Dapat menjadi bahan kepustakaan yang dapat digunakan sebagai informasi dan sumber ilmu pengetahuanyang bisa dipergunakan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.
3. Bagi Pihak Lain
Dapat dipergunakan sebagai data tambahan bagi yang secara kebetulan sedang meneliti penelitian yang sejenis serta dapat menjadi informasi yang bisa membantu untuk mengetahui pengukuran tingkat kepuasan konsumen dan persaingan dalam bisnis.