

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era bisnis yang semakin berkembang saat ini, persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi, dimana banyak pelaku usaha yang harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan berusaha bersaing untuk menghasilkan produk-produk unggulan. Para pelaku usaha dituntut untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasaran. Hal inilah yang membuat setiap perusahaan harus selalu memperbaiki kegiatan pemasarannya agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Setiap perusahaan membutuhkan kegiatan pemasaran yang tepat dan terarah, karena pemasaran memainkan peran yang signifikan dalam memasarkan suatu produk atau jasa yang dihasilkan. Kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima. Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan, karena dengan memuaskan konsumen perusahaan akan mampu bersaing atau mengungguli pesaingnya. (Kamil et al., 2022).

Dengan banyaknya sarana dan prasarana penunjang usaha yang ada menjadikan fokus utama perusahaan lebih ditekankan sebagai upaya dalam meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Perusahaan selalu mempertimbangkan beberapa hal sebelum memproduksi suatu produk sehingga dapat menghasilkan suatu produk yang bernilai tinggi dengan tujuan dapat meningkatkan nilai guna suatu produk.

Dengan adanya kehadiran produk yang menarik dan trendy dapat

meningkatkan image bagi para penggunanya, salah satunya yaitu produk fashion. Salah satu jenis usaha yang terdapat di Gresik adalah Usaha Dagang Tas “Fadistron”. Usaha ini bergerak di bidang fashion. Usaha Dagang Tas Fadistron merupakan salah satu produsen tas yang sudah memulai usaha rumahan dalam proses pembuatan tas. Jenis tas pesanan yang diproduksi diantaranya tas handbag, tas waistbag, tas ransel dan tas pinggang dan lain-lain. Usaha ini memproduksi tas yang berkualitas bagus tetapi dijual dengan harga yang murah yang dijual secara grosir maupun eceran. Selain itu, Tas Fadistron juga melayani produk dengan pemesanan dalam skala besar maupun kecil. Dalam menjalankan usaha ini dibantu oleh beberapa karyawan untuk memenuhi target produksinya ataupun pesanan yang diterima. Pada Gambar 1.1 berikut adalah perkembangan volume penjualan pada bulan Oktober – Desember 2024. Pada gambar tersebut bahwa volume penjualan pada bulan Oktober tahun 2024 sebesar Rp 194.433.522. volume penjualan pada bulan November tahun 2024 sebesar Rp 183.556.252. volume penjualan pada bulan Desember tahun 2024 sebesar Rp 220.853.013.

Tabel 1.1 Data Pendapatan 3 Bulan Terakhir

No	Bulan	Pendapatan
1.	Oktober	173.433.522
2.	November	164.556.252
3.	Desember	195.853.013

Munculnya observasi fenomena yang terjadi adanya keluhan dari konsumen mengenai kualitas produk Tas Fadistron . keluhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Fadistron misalnya seperti merespons chat customer yang lambat sehingga berdampak negatif pada pengalaman

pelanggan. pelanggan yang mengalami keterlambatan dalam mendapatkan jawaban mungkin merasa frustrasi, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan dan potensi kehilangan pelanggan. adapun keluhan pelanggan mengenai kualitas produk di Toko Fadistron misalnya seperti Keluhan seperti penyangga tali yang mudah copot, busa penyangga yang tipis, jahitan yang kurang rapi, Jumlah ruang penyimpanan yang sedikit , tas yang tidak anti air dan Tidak tersediaan sarung anti hujan. Produk yang baik harus memiliki komponen yang dapat bertahan dalam penggunaan jangka panjang. Daya tahan yang rendah dapat mengakibatkan ketidakpuasan dan mengurangi nilai produk di mata konsumen. keluhan-keluhan ini menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan dalam produk yang ditawarkan.

Dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha, aspek pemasaran merupakan hal yang perlu diperhatikan, karena dengan adanya pemasaran perusahaan bisa meraih target pasar yang dituju dan akan mendapatkan lebih banyak pelanggan. Aspek pemasaran juga menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya suatu usaha. Perkembangan dunia usaha tidak lepas dari peran masyarakat selaku konsumen dalam menentukan kepuasan Pelanggan. kualitas pelayanan merupakan faktor krusial yang harus diperhatikan dalam menjalankan sebuah bisnis. Pelayanan yang baik tidak hanya menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap perusahaan(Kurniawan, 2022).

Secara umum, Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Harapan pelanggan dapat bersumber dari berbagai

hal, seperti dari pengalaman pembelian sebelumnya, teman dan informasi pasar. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas atau citra yang tinggi pelanggan. Misalnya citra terhadap merek produk/perusahaan. Konsumen atau pelanggan akan merasa puas, jika diberikan perlakuan yang baik serta merasa dihargai dan diperhatikan. Bila konsumen atau pelanggan merasa puas, itu merupakan promosi efektif, dan yang menyampaikan kepada pihak lain atas kepuasannya terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan yang bersangkutan yang harus memiliki kualitas sesuai standar.

Kualitas pelayanan juga menjadi faktor terpenting pendukung dalam kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan serangkaian tindakan khusus yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen berdasarkan berbagai karakteristik produk yang diinginkan, Jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diterima, mereka cenderung memberikan ulasan positif dan merekomendasikan layanan tersebut kepada calon pelanggan lainnya (Sari & Khalid, 2022). Dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan menguntungkan bagi perusahaan serta dapat menarik konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan juga sebaliknya. Dengan demikian, kualitas pelayanan dalam usaha tas Fadistron juga menjadi penentu keberhasilan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas produk menjadi salah satu faktor penentu perusahaan, terutama salah satunya yaitu produk fashion Usaha Dagang Tas “Fadistron”. Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, baik dalam bentuk barang maupun

jasa sehingga semakin baik kualitas yang ditawarkan, semakin tinggi kepercayaan konsumen, dan sebaliknya (Taufiq, 2021). Keandalan, daya tahan, estetika, dan kesesuaian dengan standar atau spesifikasi yang telah ditetapkan. Kualitas ini menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, daya saing di pasar, dan keberhasilan produk dalam jangka panjang. Namun apabila kualitas produk tidak seperti yang ada di dalam ekspektasi konsumen, maka minat konsumen akan produk tersebut berkurang dan berdampak pada ketidakpuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:345) yang dikutip ((Hakim & Suprihhadi, 2022) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakan. Untuk menilai harga suatu produk dapat dilihat dari segi kualitas produk dan konsumen akan merasakan manfaat yang didapat atas produk tersebut. Harga dari Tas Fadistron diatur sesuai dengan permintaan pesanan, yaitu meliputi bahan baku yang digunakan, aksesoris tambahan, dan tingkat kesulitan desain yang diinginkan. Berbagai koleksi dari produk tas ini dijual dengan harga yang beragam dan bersaing serta terjangkau tentunya dengan produk yang berkualitas.

Produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau sering kali menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Ketika produk menawarkan kualitas yang baik namun tetap dalam kisaran harga yang dapat dijangkau, konsumen cenderung merasa mendapatkan nilai yang lebih baik. Hal ini dapat meningkatkan

kepuasan konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa kesesuaian antara harga dan kualitas produk berkontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berikut ini adalah perbandingan harga tas fadistron dengan harga tas merk lain.

Tabel 1.2 Perbandingan Harga Tas

No	Nama Tas	Harga ditoko Fadistron	Harga di toko lain
1.	Tas handbag	Rp. 35.000	Rp. 70.000
2.	Tas waistbag	Rp. 37.000	Rp. 125.000
3.	Tas ransel	Rp. 48.000	Rp. 159.000
4.	Tas Pinggang	Rp. 49.000	Rp. 80.000

Sumber : Price List 2025

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, guna dapat meneliti lebih dalam berdasarkan sudut pandang kualitas produk, layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Fadistron , maka peneliti memiliki minat untuk mengajukan subjek penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Di Toko Fadistron.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pembelian di Toko Fadistron ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pembelian di Toko Fadistron ?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pembelian di Toko Fadistron ?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara berpengaruh -simultan terhadap kepuasan pembelian di Toko Fadistron?

1.3 Batasan Masalah

Batasan pada penelitian ini adalah:

1. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan toko fadistron.
2. Penelitian ini dikhususkan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di toko fadistron

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah dan batasan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pembelian pada Toko Fadistron.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pembelian pada Toko Fadistron.
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pembelian pada Toko Fadistron.
4. Untuk mengetahui Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pembelian di Toko Fadistron.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pemasaran dengan memperluas pemahaman tentang pengaruh kualitas

pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menghasilkan alat ukur yang berguna untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di toko fadistron, Sehingga mereka akan mengunjungi Toko Fadistron secara rutin untuk memenuhi kebutuhan fashion mereka dengan produk-produk yang berkualitas tinggi, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang memuaskan