

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan berkembangnya zaman, dunia hiburan, khususnya di jalur seni tari, membuka penyewaan kostum adalah peluang bisnis yang dapat memberikan peluang yang cukup baik. Akan tetapi memang banyak yang belum berani menjajaki bisnis ini, karena memang harus membeli beberapa kostum yang berbeda beda, dari yang modern sampai tradisional, dan dari yang dewasa sampai yang anak - anak, karena disesuaikan dengan kebutuhan acara, dan butuh modal besar untuk membangun usaha ini. Akan tetapi bisnis ini banyak dicari oleh para calon konsumen karena kostum untuk tari tersebut banyak diminati di acara - acara seperti pentas seni sampai wedding, atau hiburan tertentu (Setiawan & Supriyani, 2014).

Ada beberapa macam kostum tari yang pertama kostum tari upacara, kostum tari untuk hiburan, kostum tari untuk pertunjukan, yang pertama yaitu kostum tari upacara merupakan kostum tari yang dikenakan untuk keperluan upacara adat. Biasanya dalam kostum tari upacara setiap bagian busana dan perlengkapan yang dikenakan penari memiliki arti tersendiri sesuai dengan jenis upacara yang akan dilakukan. Kostum tari upacara sangat beraneka ragam, menyesuaikan daerah, status, umur dan jenis kelamin. Biasanya kostum tari upacara digunakan untuk tari tradisional, dimana kostum tari telah ada sejak dulu. Kostum tari upacara sampai sekarang tidak terlalu banyak perubahan model atau bentuk karena sudah

menjadi simbolik yang tidak dapat diubah. Kostum tarike dua yaitu untuk hiburan, merupakan kostum tari yang dikenakan untuk keperluan menghiburpenonton, untuk itu dalam pembuatan kostum tari untuk hiburan sebaiknya seunik mungkin supaya bisa menarik perhatian penonton dan bisa menghibur penonton yang menyaksikannya. Kostum tarike tiga yaitu untuk pertunjukan, merupakan kostum tari yang dikenakan untuk keperluan pertunjukan. Dalam kostum tari untuk pertunjukan harus mengikuti peran yang akan dimainkan, karena dalam setiap pertunjukan itu selalu berbeda alur ceritanya. Penggolongan kostum tari digolongkan menjadi dua yang pertama kostum tradisonal, adalah kostum tari yang telah melampaui perjalanan perkembangnya cukup lama, dan senatiasa berfikir pada pola-pola yang telah mentradisi dikenakan pada kesempatan adat. Adapun yang tergolong dalam kostum tari tradisional belum tentu bernilai klasik. Kostum tari klasik selain mempunyai ciri tradisonal harus pula memiliki nilai artistik yang tinggi. Yang ke dua yaitu kostum tari non-operasinal, adalah kostum yang dikenakan penari pada garapan tari baru. Yang tergolong kostum tari non- tradisional adalah kostum tari kreasi baru, kostum tari modern dan kostum tari kontemporer. Ciri khas kostum tari kresai baru atau modern adalah menjadikan motivasi untuk membuat karya-karya baru memenuhi kebutuhan jamannya melalui kostum tari tradisional yang diperbaharui (Syari, 2012).

Penyewaan semakin banyak dibuka di berbagai tempat baik di kota besar maupun di kota kecil, termasuk di kota Lumajang. Kehadiran sewa atau rental merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat kota. Kondisi semacam ini

mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat lebih suka yang instan dalam memenuhi kebutuhan tersebut dicirikan antara lain masyarakat menginginkan barang selengkap mungkin, produk yang berkualitas, pelayanan dan fasilitas semuanya terdapat dalam satu toko yaitu penyewaan. Oleh karena itu untuk menarik minat konsumen melakukan penyewaan maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang di hadapi. Keberhasilan strategi pemasaran di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi, tempat dan layanan konsumen (Setiawan & Supriyani, 2014).

Salah satu jasa sewa kostum tari yang cukup terkenal di Lumajang sampai sekarang ini yaitu sewa kostum tari R Dancer Management Lumajang yang beralamatkan di Jalan Belem Rt.30 Rw.05 Desa Labruk Kidul Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang. R Dancer Management Lumajang berdiri pada tahun 2003. Yang awal merintis membuat kostum satu-perstu dengan berjalanya waktu banyaknya antusias konsumen untuk sewa sehingga setiap bulan, setiap tahun, bahkan setiap ada acara seperti : karnaval, perpisahan dan acara besar lainnya selalu membuat kostum terbaru yang awalnya mempunyai kostum tari beberapa unit dengan kosisten selama 19 tahun membuat kostum baru, R Dancer Management sekarang memiliki banyak koleksi kostum sampai ratusan bahkan hingga ribuan kostum mulai dari kostum tradisional, modern dan foshion. Bisa di bilang tempat kostum tari terlengkap dan terbesar di Lumajang.

Kotler & Keller (2012:150) dalam Anam, (2021) mengemukakan kepuasan konsumen ialah rasa puas atau kecewa seorang individu yang menjadi hasil dari

melakukan perbandingan suatu produk atau jasa yang di rasakan dan di harapkan hasil bersama ekspektasi. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk (Setiawan, 2019).

Penelitian terdahulu tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan dalam kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini masih mampu menjelaskan variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan citra perusahaan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Aji, 2020). Hasil dari penelitian ini bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, dan variabel kualitas produk adalah variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen (Cahyani, 2016). Sedangkan hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Runtunuwu et al., 2014).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Firmasnyah (2018:134), mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah konsep yang lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi

oleh faktor-faktor lain yang pertama yaitu, Kualitas pelayanan atau jasa, konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang di harapkan. Yang ke dua kualitas produk, konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Faktor pertama yaitu kualitas produk salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Menurut Kotler (2012:4) dalam Titik, (2017) produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Kehabisan stok barang, sering terjadi ketika sebuah event menggunakan jasa sewa dalam skala besar dan konsumen yang ingin sewa satuan tidak kedapatan jatah, rusaknya aksesoris sering terjadi seperti bulu yang berjamur, aksesoris lepas sehingga konsumen tidak merasa puas. Mengingat bahwa persaingan pada jasa sewa yang semakin berkembang, maka jasa sewa tersebut harus memperbaiki kualitas produk, pandai menentukan memilih produk yang dihasilkan dengan menyesuaikan pada selera konsumen dan kualitas atau ketahanan produk yang lebih baik agar tidak mudah lepas atau rusak agar lebih diminati konsumen serta memproduksi sebanyak dan seunik mungkin agar konsumen merasa puas akan kualitas produk.

Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk kinerja/performance, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk, dan juga perceived quality/kesan produk. Produk dengan kualitas yang bagus dan terpercaya akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli atau sewa produk tersebut (Maria & Anshori, 2013).

Penelitian yang dilakukan (Priatno, 2014) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan atau konsumen sebenarnya dapat dipengaruhi oleh kualitas produk. Oleh karena itu, berbagai upaya dilakukan agar dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa konsumen R Dancer Management Lumajang, mengatakan bahwa kualitas produk kostum tari R Dancer Management Lumajang konsumen mengatakan berkualitas (bagus), karena di setiap bentuk produk kostum tari R Dancer Management Lumajang memiliki perbedaan yang sangat jelas yaitu dari segi desain yang mengikuti trend dan zaman, konsumen bisa membuat kostum sesuai keinginan dan model yang diinginkan, oleh sebab itu konsumen merasa puas atas kualitas produk yang diberikan oleh R Dancer Management Lumajang.

Peneliti terdahulu pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pernah dilakukan oleh (Imron, 2019) mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini karena dengan berkualitasnya produk konsumen akan puas. Namun (Asti & Ayuningtyas, 2020) mengatakan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dikarenakan

konsumen puas, tidak melihat pada kualitas produk akan tetapi melihat dengan harga.

Faktor ke dua yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Menurut Kotler (2012:143) dalam (Titik, 2017) kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang di nyatakan atau tersirat. Pelayanan yang kurang maksimal seperti tidak adanya ruang kantor, terbatasnya ruang tunggu dan sering kali terjadi antri saat memesan atau sewa mengakibatkan konsumen tidak merasa puas. Jasa sewa harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk mencapai kepuasan konsumen seperti memperbaiki ruang kantor dan ruang tunggu. Selain itu apabila konsumen merasa puas maka mempunyai kecenderungan yang rendah untuk berpindah pilihan pada jasa sewa yang lainnya.

Selain kualitas produk, konsumen juga akan memperhatikan kualitas pelayanan, dimana ada istilah pembeli adalah raja, yang dalam hal ini berarti pembeli atau konsumen harus dilayani sama seperti raja. Menurut (Kotler dan Keller, 2016:180) kualitas layanan merupakan keseluruhan fitur serta sikap produksi ataupun layanan yang mempengaruhi dalam kemampuan guna memberikan kepuasan pada kebutuhan yang dikatakan ataupun yang tersirat. Kualitas layanan bisa diketahui melalui metode memperoleh layanan yang diterimanya seperti yang dikehendaki konsumen. Oleh karena itu jasa yang diterima ataupun diperoleh seperti yang dikehendaki konsumen, sehingga kualitas

layanan bisa dikatakan baik serta buruknya dapat memberikan pemenuhan pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa konsumen R Dancer Management Lumajang, mengatakan bahwa kualitas pelayanan kostum tari R Dancer Management Lumajang konsumen mengatakan puas, karena di setiap pelayanan R Dancer Management Lumajang karyawan memiliki keterampilan yang baik, ramah dan humoris, sering kali pemiliknya terjun langsung ke lapangan atau melayani langsung konsumen oleh karena itu konsumen merasa puas terhadap kualitas layanan yang di berikan R Dancer Management Lumajang.

Peneliti terdahulu pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pernah di lakukan oleh (Setiawan, 2019), mengatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan jika semakin baik kualitas pelayanan dari segi *responsiveness* maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Namun (Ibrahim, 2019) mengatakan kualitas pelayanan belum berhasil memberikan pelayanan secara optimal, sehingga konsumen merasa tidak puasa atas layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan, hal ini di karenakan konsumen puas, tidak melihat pada kualitas pelayanan akan tetapi melihat dengan kualitas produk.

Faktor terakhir ialah harga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Terkadang konsumen yang beranggapan dengan harga yang tinggi belum tentu menjadikan kepuasan

bagi konsumen, namun disatu sisi juga menganggap bahwa dengan mematok harga yang tinggi juga sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan (Titik, 2017).

Konsumen memiliki pertimbangan dalam memilih produk atau jasa yaitu harga yang sesuai dengan tingkat ekonomi konsumen. Kotler & Amstrong (2014:345) dalam (Anam, 2021) mengemukakan harga ialah sejumlah uang yang dilakukan pembayarannya karena jasa, jumlah nilai yang pelanggan tukarkan dengan tujuan memperoleh suatu manfaat untuk mempunyai ataupun memakai barang ataupun jasa. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Hubungan persepsi harga dengan kepuasan konsumen saling terkait, apabila perusahaan mampu menciptakan strategi persepsi harga yang baik maka akan diterima dikalangan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara di peroleh bahwa konsumen mengatakan bahwa harga kostum tari R Dancer Management Lumajang murah (cukup bersaing). Namun ada beberapa konsumen dari R Dancer Management Lumajang menyatakan bahwa harga sewa kostum R Dancer Management Lumajang mahal. Dari hasil tersebut bahwa harga masih cukup bersaing karena dari segi kualitas produk dan pelayanan cukup baik dan memuaskan konsumen. Karena harga di tentukan oleh kualitas produk dan pelayanan jika kualitas produk dan pelayanan baik maka harga juga akan menyesuaikan kualitas yang di berikan oleh R Dancer Management Lumajang.

Peneliti terdahulu pada harga terhadap kepuasan konsumen pernah di lakukan

(Anam, 2021), mengatakan bahwa Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan semakin baik penetapan harga yang diberikan *mitra transport*, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada *mitra transport*. Namun (Wariki et al., 2015), harga terhadap kepuasan konsumen berpengaruh negatif. Karena dalam melihat harganya konsumen akan berpikir lebih cermat dan lebih mengaharapkan adanya beberapa diskon ataupun potongan harga hal ini di karenakan konsumen lebih mengutamakan diskon tidak dengan harga sesuai kualitas produk dan pelayanan yang di berikan.

Keunikan dalam penelitian ini adalah saya akan meneliti tingkat kepuasan di tempat penyewaan kostum tari R Dancer Management Lumajang dimana kepuasan itu di lihat pada kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga ketiga variabel tersebut dapat mewakili untuk melihat tingkat kepuasan para konsumen sewa kostum tari R Dancer Management Lumajang.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Judul penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Sewa Kostum Tari Di R Dancer Management Lumajang)”.

1.2. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka terdapat batasan masalah yang akan di bahas. Batasan dalam penelitian ini adalah objek narasumber yaitu pemilik R Dancer Management Lumajang yang akan membahas tentang kualitas

produk, kualitas pelayanan dan harga yang dapat memberikan kepuasan konsumen. Responden dalam penyebaran kuesioner yaitu konsumen sewa kostum tari R Dancer Management Lumajang yang akan membahas tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang di gunakan untuk menilai kepuasan konsumen terhadap sewa kostum tari R Dancer Management Lumajang.

1.3. Rumusan Masalah

Pemasaran tidak lagi dipandang sebagai bagian yang terpisah dari organisasi yang hanya berperan sebagai proses penjualan dan penyewaan. Perkembangan konsep pemasaran sendiri tidak terlepas dari fungsi-fungsi organisasi yang lain, sehingga pada akhirnya mempunyai tujuan untuk memuaskan konsumen. penyewaan kostum tari R Dancer Management Lumajang adalah peluang bisnis yang dapat memberikan peluang yang cukup baik karena masyarakat suka yang instan dalam memenuhi kebutuhan. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan penyewaan kostum tari R Dancer Management Lumajang maka menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang di hadapi dengan memperbaiki kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Berdasarkan latar belakang serta uraian yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada sewa kostum tari R Dancer Management Lumajang ?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada sewa kostum tari R Dancer Management Lumajang ?

- c. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada sewa kostum tari R Dancer Management Lumajang ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada sewa kostum tari di R Dancer Management Lumajang.
- b. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada sewa kostum tari di R Dancer Management Lumajang.
- c. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada sewa kostum tari di R Dancer Management Lumajang.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran terutama dalam menguji teori kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat dijelaskan apakah hasil penelitian ini mendukung atau menolak penelitian sebelumnya.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi ITB Widya Gama Lumajang

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan untuk tambahan informasi bagi mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang tentang manajemen

pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

2) Bagi Pemilik Usaha

Dapat memberikan masukan pada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk masa yang akan datang.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan referensi untuk dapat melanjutkan penelitian yang berhubungan dengan tema ini.

