

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada kodratnya manusia hidup membutuhkan sandang, pangan, papan. Seluruh manusia di muka bumi ini selalu membutuhkan kebutuhan pokok yang paling utama yakni pangan. Kebutuhan fisik merupakan hal penting bagi mereka untuk dipenuhi setiap harinya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, masyarakat dapat membeli barang-barang tersebut pada toko-toko yang menjual berbagai macam kebutuhan pokok.

Banyak orang yang selalu memikirkan bagaimana mendapatkan kebutuhan pokok tersebut dengan menyeimbangkan pendapatan mereka. Pada kalangan masyarakat menengah kebawah, khususnya, pasti akan berusaha mencari toko dengan harga lebih rendah dari sekitar mereka dan merasa barang-barang yang dijual di toko tersebut lengkap untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dengan hal ini dapat membuka peluang bagi masyarakat untuk membuka sektor usaha khususnya toko/minimarket. Secara bisnis, usaha ini sangat menjanjikan terbukti dengan terus bertumbuhnya usaha jenis ini. Beberapa usaha ini tak hanya membuka peluang untuk memperoleh laba namun juga mampu membuka lapangan kerja baru.

Perkembangan toko sembako di Indonesia menunjukkan adaptasi yang dinamis terhadap kebutuhan masyarakat dan tren pasar. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perubahan gaya hidup. Toko sembako tradisional telah berevolusi menjadi lebih modern dan inovatif. Toko sembako modern menawarkan

beragam produk, termasuk bahan pangan, kebutuhan rumah tangga, dan bahkan makanan ringan. Salah satu faktor utama yang mendorong perkembangan toko sembako adalah permintaan yang tinggi dari masyarakat akan barang-barang kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau. Namun, persaingan yang ketat di pasar mendorong para pemilik toko sembako untuk berinovasi dan mengadopsi strategi bisnis yang lebih modern. Salah satu contohnya adalah pemanfaatan teknologi untuk memantau harga barang dan bersaing dengan *marketplace* atau toko online. Toko sembako yang sukses juga menyadari pentingnya membangun kepercayaan pelanggan dan memberikan layanan yang baik. Mereka memahami bahwa menjaga kualitas produk, menawarkan layanan yang ramah dan memberikan harga yang kompetitif dapat menjadi kunci untuk membangun loyalitas pelanggan. Berikut daftar perkembangan toko yang ada di Indonesia :

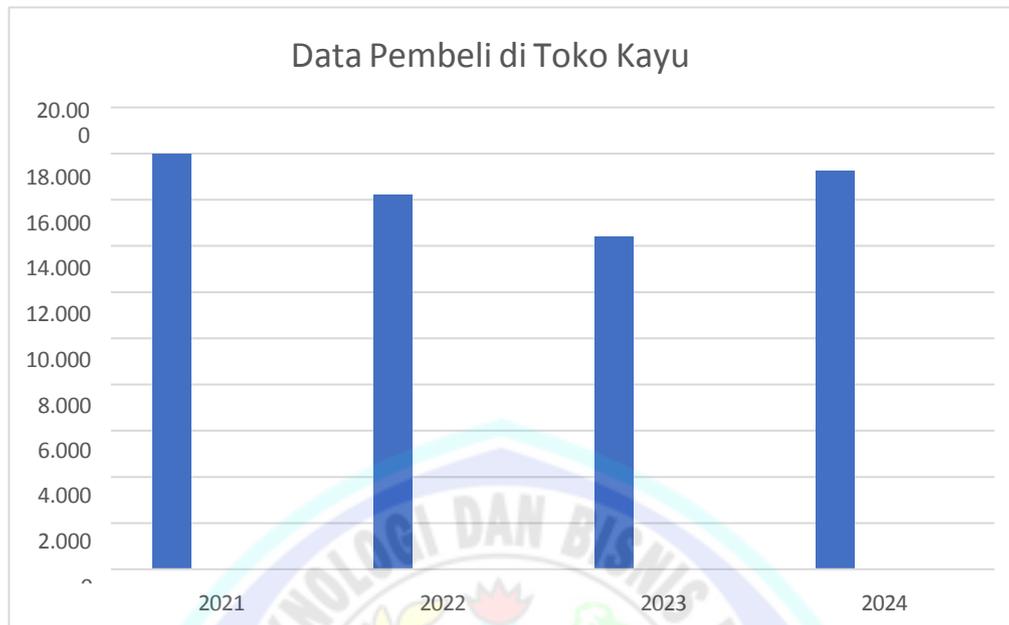


Gambar 1.1 Data Toko Kelontong di Indonesia
Sumber : www.src.id

Berdasarkan gambar 1.1 pada data toko kelontong di Indonesia terlihat bahwa

terdapat kenaikan dari tahun 2021 hingga tahun 2024. Dimana 2021 jumlah toko kelontong sebesar 230.000, pada tahun 2022 naik menjadi 236.000, pada tahun 2023 naik menjadi 243.000, dan pada tahun ini naik menjadi 250.000 kenaikan ini disebabkan karena toko kelontong sangat dibutuhkan masyarakat terutama masyarakat kelas menengah kebawah.

Toko kayu mas adalah salah satu toko sembako yang ada di kecamatan kunir Lumajang yang menjual berbagai kebutuhan pokok seperti : kebutuhan pokok (sembako), perlengkapan untuk bayi, obat-obatan (darurat), *snack*, minuman-minuman, peralatan rumah tangga (sapu, pel, gayung), perlengkapan sehari-hari (sabun mandi, sabun cuci, sabun muka, pasta gigi, sikat gigi) perlengkapan bangunan darurat (paku, semen) dan lain sebagainya. Toko kayu mas ini menyediakan produk dengan kualitas yang baik serta banyak variasi produk yang tersedia disana. Toko kayu mas juga mempunyai beberapa pelayan dan harga yang dicantumkan tergolong murah dari pada toko lainnya. Makanya banyak orang yang mengunjungi toko ini . dapat dilihat dari jumlah pengunjung dari tahun ke tahun di bawah ini:



Gambar 1.2 Data Pembeli Di Toko Kayu Mas

Sumber : Peneliti Tahun 2024

Berdasarkan gambar 1.2 pada data pembelian di toko kayu mas terlihat bahwa terjadi fluktuasi. Pada tahun 2021 terlihat jumlah pembeli sebesar 18.000, akan tetapi tahun 2022 mengalami suatu penurunan menjadi 16.200, dan menurun juga pada tahun 2023 menjadi 14.400. Namun, ada kenaikan pada tahun 2024 sampai bulan November sebesar 17.280. Hal ini menunjukkan bahwa penurunan yang terjadi pada tahun 2021-2023. Namun, pada tahun 2023-2024 toko kelontong pada toko kayu mas ini mulai merambah naik sesuai dengan data pembeli yang ada di atas.

Konsumen pada toko kayu mas merasa puas hal ini dikarenakan kualitas produk yang memenuhi, jumlah barang yang banyak dibutuhkan terjual disana, yang bisa di katakan orang yang datang ke toko kayu mas ini mereka tidak akan pulang dengan tangan kosong. Karena di toko kayu mas produk yang di jual bisa digolongkan lengkap. Selain itu, pelayanan yang cepat dan tanggap hal tersebut

yang membuat konsumen merasa puas.

Kepuasan konsumen adalah keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk atau jasa yang dikonsumsi (Nasution, 2005). Menurut Umar (2015) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Salomon dalam Priansa (2017:197) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli konsumen. dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan kunci sukses sebuah bisnis, pelanggan yang puas akan menjadi konsumen yang loyal, cenderung melakukan pembelian ulang, dan menjadi promotor bagi produk.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, pengalaman berbelanja, strategi pemasaran, dan loyalitas. Namun, di toko kayu mas yang membuat konsumen puas adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan harga.

Faktor pertama yang sangat mempengaruhi kepuasan di toko kayu mas adalah kualitas produk. Dimana kualitas produk di toko kayu mas terjamin mutu dan *expired* nya. Kualitas dan keberagaman produk ini membuat seorang konsumen merasa sangat puas akan kualitas yang diberikan. Hal ini karena kualitas produk yang benar-benar dijamin oleh toko membuat konsumen itu puas.

Kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting karena konsumen mengharapkan barang yang dibeli memiliki nilai guna dan daya tahan yang sesuai dengan harapan.

Menurut Moko (2021:121) menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik yang melekat atau membedakan derajat atau tingkat keunggulan dari suatu produk. Kualitas produk merupakan suatu hal penting yang harus di usahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang berkualitas rendah dapat menyebabkan keluhan atau bahkan kehilangan pelanggan. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. suatu bisnis harus meningkatkan kualitas barang dan layanan yang di jual dengan tujuan menarik pelanggan salah satu diantaranya yaitu dengan kualitas produk.

Menurut haris (2019) kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut ibrahim *et al* (2019) menyatakan bahwa kualitas produk dapat membuktikan hubungan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. Untuk dapat mempertahankan tingkat kepuasan konsumen maka perusahaan harus dapat berinovasi dan mengembangkan kualitas produk dengan meningkatkan pengawasan mutu secara kontinuitas. Dalam hasil temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Puspitasari dan ferdinand (2018); maramis *et al* (2018); ammerinda (2017) mereka menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan pada toko kayu mas ini sangatlah membuat konsumen itu senang. Karena konsumen yang melakukan pembelian di sana tidak mendapatkan pelayanan yang buruk seperti pelayan yang marah-marah, jutek saat melayani konsumen. Akan tetapi keramahan, kecepatan dalam melayani serta pemberian informasi secara lengkap kepada konsumen tentang apa yang mereka butuhkan.

Faktor kedua kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Gronroos (Suwarsito & Sabeli, 2020) kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Strategi yang banyak digunakan perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam berbisnis adalah pengoptimalan kualitas pelayanan yang baik. Konsumen akan tertarik untuk membeli sebuah produk karena kualitas layanan yang baik. Kualitas pelayanan banyak digunakan sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan bersaing dan menentukan keberhasilan. Semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan kepada konsumen, maka semakin tinggi juga tingkat keberhasilan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, citra perusahaan secara langsung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. konsumen harus memikirkan baik-baik kualitas pelayanan sebelum melakukan pembelian.

Chrisnaya et al (2023) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Budiarno et al (2022) dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak terhadap kepuasan pelanggan Toko kayu mas ini menjual berbagai variasi produk, dimana semua jenis produk yang ada di toko ini membuat keaneka ragaman harga yang ada di sana. Sehingga terkadang orang itu membeli atas nama merek tertentu yang di ambil bukan merek yang sebenarnya mereka tuju.

Karena mereka menyesuaikan dengan *budget* yang mereka miliki Misalnya seorang konsumen yang ingin membeli sebuah sabun dengan merek A dengan harga yang mahal namun disitu pelayan menjelaskan bahwa ada merek sabun B yang lebih murah dari merek sabun A dengan kualitas yang sama. Maka konsumen tersebut tidak akan Kembali dengan tangan kosong karena budget yang ia miliki kurang untuk membeli sabun dengan merek A ini. Ia akan membeli sabun dengan merek B dengan harga yang lebih murah dan sesuai dengan budget yang ia miliki. Dibalik hampir keseluruhan barang yang murah, namun toko kayu mas ini memiliki beberapa barang yang mereka jual dengan harga yang lebih mahal dari pada toko lainnya. Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga. Harga merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh bagi konsumen secara nyata dan kuat pada keputusan konsumen untuk melakukan suatu pembelian.

Menurut Buchari Alma (2014:169) harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam uang. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitkan dengan kesesuaian dari apa yang diterima oleh konsumen. Dari sudut pandang konsumen, harga biasanya sering kali digunakan sebagai indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasa atau suatu barang atau jasa. Harga dapat dikatakan sebagai salah satu upaya agar dapat sukses dan biasa terus bertahan dalam memasarkan barang atau jasa dan harus menetapkan harga secara tepat. Menurut penelitian setyowati (2016) menyatakan bahwa harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut penelitian Kurniawati *et al* (2019) menunjukkan bahwa harga tidak signifikan mempengaruhi

kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko kayu Mas di Kecamatan kunir Lumajang”**

1.2. Batasan Masalah

Mengingat luasnya cakupan permasalahan yang ada saat ini, maka penulis mempersempit cakupan permasalahan tersebut agar dapat memfokuskan penyelidikan. Daftar batasan berikut berlaku untuk masalah ini:

- a. Penelitian ini khusus untuk meneliti tentang manajemen pemasaran.
- b. Penelitian ini membahas tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga toko terhadap kepuasan konsumen.
- c. Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli atau berbelanja di toko kayu mas.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, masalah penelitian ini adalah “faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada toko kayu mas di Kecamatan kunir Lumajang?”. Dari rumusan masalah tersebut dirumuskan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko kayu mas di Kecamatan kunir Lumajang?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada

toko kayu mas di Kecamatan kunir Lumajang?

- c. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen konsumen pada toko kayu mas di Kecamatan kunir Lumajang?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menjawab semua rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitia ini adalah:

- a. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
- b. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi penulis, pihak lembaga pendidikan dan pihak lain yang berkepentingan dengan masalah ini.

Penulis sampaikan manfaat peneliatian ini sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Secara teori, penelitian ini harus menjadi sumber berharga untuk memperluas pemahaman manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan, kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi bagi kalangan akademis penelitian selanjutnya dan di harapkan dapat menyempurnakan kelemahan sehingga dapat memunculkan ide-ide atau referensi baru di masa yang akan datang. Selain penelitian ini dapat menambah perbendaharaan perpustakaan yang ada di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang terutama yang mempunyai kemiripan variabel dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

2) Bagi Peneliti

Penyelesaian penelitian ini merupakan prasyarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Penelitian dapat meningkatkan kapasitas seseorang untuk menguji, mengevaluasi, dan membandingkan teori dengan data empiris. Hal ini juga dapat membantu seseorang lebih memahami dan mengembangkan strategi manajemen pemasaran terkait dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.

3) Bagi perusahaan

Bagi perusahaan di harapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah yang sebaiknya diambil dalam mengatur kepuasan konsumen di masa yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kayu Mas di Kecamatan Kunir Lumajang.

4) Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang bagaimana konsumen dalam menilai perusahaan guna kepuasan mereka.

