

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya . Kepuasan Konsumen Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013, p.35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan

sangat puas senang atau gembira. Menurut teori Supranto dalam jurnal Susanti (2012),kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Sedangkan menurut jurnal Bachtiar(2011), kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang 16 berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakanatau setelah menggunakan jasa atau produk. Kesesuaian yang mengalami ketidaksesuaian antara harapan dengan kinerja aktual jasa atau produk maka konsumen berada pada diskonfirmasi. Jadi dapat disimpulkan dari beberapapengertian tersebut menurut para ahli, bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun public relations release. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Menurut teori Kottler dalam jurnal Suwardi (2011),menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

1. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.

2. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
3. Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah toko mainan dan alat pancing. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya toko - toko bermunculan di kota Kediri. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap toko. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola toko mainan untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding toko mainan kompetitorinya. Demikian juga halnya dengan toko mainan dan alat pancing NANI TOP TOYS di Kediri, dimana sebagai salah satu toko mainan dan alat pancing , juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di toko NANI TOP TOYS Kediri.

Toko NANI TOP TOYS selalu mengalami penurunan penjualan dari tahun ke tahun. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan. Pihak perusahaan juga harus mampu memahami

keinginan-keinginan pelanggannya serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggannya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada toko NANI TOP TOYS di Kediri)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Menurunnya penjualan dari tahun ke tahun dan diterimanya data keluhan keluhan dari pelanggan merupakan permasalahan yang dihadapi pihak toko NANI TOP TOYS di Kediri. Pengelola toko harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, harga dan pelayanan agar diharapkan mampu meningkatkan penjualan perusahaan kembali.

Dari rumusan masalah diatas akan menimbulkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko NANI TOP TOYS di Kediri ?
2. Apakah harga produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko NANI TOP TOYS di Kediri ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko NANI TOP TOYS di Kediri ?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada toko NANI TOP TOYS di Kediri ?

1.3 Tujuan penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko NANI TOP TOYS di Kediri.
2. Mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko NANI TOP TOYS di Kediri.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko NANI TOP TOYS di Kediri.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada toko NANI TOP TOYS di Kediri.

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi toko NANI TOP TOYS di Kediri

Sebagai masukan bagi pihak toko NANI TOP TOYS di Kediri, mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.

2. Bagi perusahaan lain

Penelitian ini juga berguna bagi para perusahaan-perusahaan lain sebagai masukan dalam mengembangkan kepuasan pelanggannya.

3. Bagi Akademik

Sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum mengenai kepuasan pelanggan.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran.