

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang rata-rata diperoleh oleh para pelanggan biasanya memiliki kecenderungan untuk membangun nilai – nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya (Margaretha, 2004). Apabila sebuah perusahaan memberikan pruduk atau jasanya yang berkualitas baik maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada.

Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “win-win situation” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Chandra dan Danny,2001).

Masyarakat sebagai pelanggan tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dengan semakin berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir pelanggan pasti menyadari bahwa diri ini mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang

baik, sehingga dalam hal pemenuhan kebutuhan harus diiringi oleh tingkat kepuasan.

Dengan kualitas produk yang bagus akan tertanam dibenak para pelanggan, karena pelanggan bersedia untuk membayar sejumlah uang untuk produk yang berkualitas. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik dari para pedagang, seperti dalam halnya keramahan dalam proses melayani pertanyaan – pertanyaan seputar produk dari seorang pembeli kepada penjual, keramahan dalam menjawab keluhan-keluhan pelanggan serta segala macam proses pembicaraan antar penjual dan pembeli dengan sangat ramah. Karena keramahan yang dimiliki oleh para penjual sangatlah penting bagi para pelanggan.

Pasar Tradisional Kembang merupakan salah satu pasar besar kedua setelah pasar pusat grosir Tradisional Keputran Surabaya yang terletak di Surabaya. Pasar Tradisional Kembang berlokasi di wilayah Surabaya pusat tepatnya di jalan Pasar Kembang. Yang mana di dalam pasar tersebut terdiri dari dua lantai atas dan bawah. Dikhususkan untuk lantai bawah terdapat banyak pedagang sandang pangan dimulai dari sembako, lauk-pauk, sayur mayur, gerabah, berbagai macam keperluan rumah tangga serta bahan mentah lainnya. Sedangkan, yang ada pada lantai dua atau lantai atas lebih ke pedangan bahan matang terdapat pedagang banyak makanan – makanan seperti foodcourt dan terdapat pusat grosir jajanan pasar di lantai dua ini yang sangat ramai mulai pukul 02.00 pagi hingga subuh.

Tidak hanya satu bisnis atau usaha yang merasakan ketatnya persaingan di pasar tradisional kembang saat ini karena hampir semua macam produk penjualan di dalam pasar ini semakin banyak pesaingnya. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan semakin banyaknya

Para pedagang baru bermunculan disekitar area Pasar Tradisional Kembang Surabaya baik di dalam pasar maupun diluar pasar. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi masing-masing pedagang.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, setiap pedagang harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan serta dapat mengembangkan bisnis tersebut dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Barsky dalam Yohanes Sugiharto (2007), memberikan kepuasan bagi pelanggan adalah untuk memperluas bisnis, memperoleh pasar yang lebih besar. Yang pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang dikehendaki nasabah. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi pasar. Untuk kepuasan pelanggan terhadap pelayanan ada dua hal pokok yang berkaitan yaitu harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Konsep ini menyiratkan bahwa kepuasan pelanggan saja tidaklah cukup, karena puas atau tidak puas hanyalah salah satu bentuk emosi. Disamping itu loyalitas pelanggan juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab sikap loyal pelanggan akan timbul setelah pelanggan merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan yang diterimanya.

Kemampuan pasar tradisional untuk beradaptasi terhadap perubahan dan kemajuan lingkungan, sosial-budaya serta teknologi dierminkan melalui penyempurnaan identitas pasar yang berkelanjutan dari masa ke masa. Pasar tradisional kembang surabaya bertekad untuk selalu berusaha memberikan

pelayanan serta produk – produk yang terbaik bagi pelanggan serta senantiasa menjadi pasar yang dipercaya dan banyak diminati masyarakat.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PASAR TRADISIONAL KEMBANG SURABAYA**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya?
7. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penulisan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan pelanggan pada Pasar Tradisional Kembang Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek akademis

Menambah pengetahuan akademis khususnya mahasiswa/i program manajemen pemasaran tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

2. Aspek pengembangan pengetahuan

Sebagai sarana belajar serta menambah ilmu pengetahuan, dan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan gambaran atau tolak ukur dan bahan pertimbangan dalam menyusun rencana atau peneliti yang mempunyai penelitian yang sama dengan penulis.

3. Aspek Praktis

- a. Sebagai rekomendasi bagi perusahaan dalam menerapkan kualitas produk yang dapat mendukung kesuksesan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
- b. Sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen untuk melakukan perencanaan dalam kualitas pelayanan sebagai faktor pendukung agar tujuan perusahaan dapat tercapai.