

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyak perubahan serta kemajuan di dunia bisnis yang mutakhir dalam era globalisasi kini. Kemajuan-kemajuan yang terjadi dipisahkan oleh cara pandang, kemajuan mekanis, dan pembinaan cara hidup individu, yang tidak semuanya dapat dipisahkan dari pengaruh globalisasi. Adanya perubahan serta kemajuan, kami secara tidak langsung meminta agar kami memiliki opsi untuk menyesuaikannya dalam kehidupan sehari-hari kami. Dampak dari peristiwa tersebut adalah munculnya berbagai tenaga kerja dan produk, yang memberikan manfaat dan keunikan yang berbeda dari setiap item dan administrasi. Ini memberi pembeli keputusan yang berbeda ketika menggunakan tenaga kerja dan produk yang diberikan oleh pembuat.

Namun bagi produsen, hal tersebut adalah suatu ancaman sebab bertambah banyaknya jasa dan barang yang mereka tawarkan, bertambah kompetitif bisnis global. Bertambah ketatnya persaingan ini mengharuskan pelaku bisnis untuk mengoptimalkan kinerja perusahaannya supaya mampu berkompetisi di pasar. Guna menemukan solusi atas hal ini, maka perusahaan harus mengadopsi strategi pemasaran yang kuat ketika melakukan pemasaran produknya agar bisa tetap bertahan dalam persaingan bisnis. Kemajuan budaya saat ini sering disertai dengan keragaman sosial yang lebih besar dan hari kerja yang kacau, yang berarti bertambah banyaknya pekerja wanita dan pria yang mencurahkan energi mereka di luar sana. Begitu banyak orang memiliki kendaraan pribadi, demikian dealer Kurnia Jaya.

Kecerdasan akan menjual kelebihan barang serta barang yang sesungguhnya guna memenuhi keinginan serta mengatasi masalah pembeli.

kualitas barang ini adalah variabel penting kepuasan pelanggan setelah membeli dan menggunakan produk. Dengan produk berkualitas tinggi, untuk memenuhi keinginan pembeli dan kebutuhan komoditas. Kualitas suatu barang adalah kondisi barang tersebut dan ditentukan berdasarkan penilaian apakah barang tersebut sesuai dengan perkiraan yang telah ditetapkan. Semakin banyak prinsip yang ditetapkan, semakin banyak keputusan yang akan dibuat tentang kualitas proyek.

Perusahaan yang akan lebih diunggulkan jika menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi dibandingkan perusahaan yang menghasilkan produk berkualitas rendah. Dengan kata lain, konsumen bersedia membeli barang dengan kualitas baik disertai harga yang lebih terjangkau atau wajar. Harga secara langsung mempengaruhi pilihan toko, dan konsumen akan selalu mempertimbangkan faktor harga dalam bertransaksi pembeliannya juga bentuk sasaran tujuan dari suatu perusahaan dalam memasarkannya dalam waktu panjang dan untuk mendapatkan laba (Rendy G, Sem G.O, Ferdy R, 2015).

Suatu syarat yang wajib untuk perusahaan atau pedagang penuhi supaya bisa berhasil dalam persaingan adalah berupaya mencapai tujuan guna mempertahankan ataupun menciptakan pelanggan. Kepuasan maksimum yang diterima salah satunya sebab kesesuaian harga barang dengan kualitas dengan keinginan konsumen (Amma Fazizah, 2017). Ketidakpuasan atau kepuasan pelanggan ialah reaksi pelanggan atas perbedaan yang dirasakan antara kinerja aktual sesudah menggunakan layanan dengan harapan sebelumnya. Hal ini penting karena konsumen kini bukan sebatas didorong oleh kualitas dan harga produk yang rendah, namun pula oleh kualitas pelayanan, sangat penting karena ini adalah tombak terakhir pedagang atau perusahaan. Karena mempertahankan hubungan baik bersama pelanggan tetap adalah sesuatu yang sifatnya krusial untuk dilakukan.

Kualitas layanan termasuk pula kunci utama untuk kemajuan. Ini sesuai akan penilaian kualitas layanan, kualitas layanan ialah derajat kehebatan yang diekspektasikan dengan kekuatan atas derajat kehebatan untuk memenuhi keinginan klien. Melalui terdapatnya kualitas layanan dan kualitas produk yang memiliki pilihan untuk bersaing (*cutthroat*), jelas hal itu juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Morgan dan Chase di Jafar memberikan pemaparan bahwa kepercayaan ialah rasa percaya, untuk bergabung dengan siapa seseorang berhubungan. Kepercayaan muncul dari item lama hingga kedua pemain saling percaya. Apabila kepercayaan telah dibangun antara klien dengan organisasi, maka pekerjaan untuk membangunnya pasti lebih sederhana.

Loyalitas konsumen adalah tingkat dimana keinginan, kebutuhan, serta asumsi klien bisa dipenuhi yang nantinya menghasilkan pembelian berulang atau dilanjutkan dengan keandalan. Faktor utama untuk membuat loyalitas konsumen adalah presentasi spesialis yang biasanya ditandai dengan sifat spesialis. Semakin puas asumsi untuk klien, semakin terpenuhi klien. Sebuah organisasi harus memiliki prosedur dalam menampilkan barang-barangnya, sehingga jumlah klien dapat dipertahankan atau bahkan diperluas. Jika klien terpenuhi, maka pembelian ulang akan dilakukannya. Guna memberi kepuasan kepada klien, perusahaan haruslah memiliki pilihan untuk melakukan penjualan produk ataupun layanan dengan kualitas terbaik dengan harga yang wajar seperti yang ditunjukkan oleh apa yang mereka dapatkan. Perusahaan juga melengkapi teknik untuk membangun loyalitas konsumen dengan menawarkan jenis bantuan yang berkualitas. Dari kualitas yang unggul tersebut, maka akan memacu pembeli untuk membentuk hubungan baik bersama organisasi. Melalui cara ini organisasi bisa memperluas loyalitas konsumen melalui membatasi pertemuan yang tidak menyenangkan dari klien. Loyalitas konsumen bisa

membuat kesetiaan klien kepada organisasi yang memberikan kualitas yang enak. Tingkat loyalitas konsumen atas pelayanan atau barang akan merefleksikan seberapa berhasil organisasi dalam melakukan promosi produk. Suatu pelayanan atau barang akan berkurang apabila tidak memberi pemenuhan kepada klien. Akan tetapi, langkah dalam memenuhi klien tersebut tidak mudah sebab perubahan iklim sosial dan oposisi begitu dekat mempengaruhi perilaku pembeli serta semakin tingginya laju pertumbuhan keuangan. Melalui memadukan iklan tetap yang mengombinasikan item serta kemajuan akan memperluas loyalitas konsumen.

Distributor Kurnia Jaya termasuk Distributor yang cukup dikenal dan diperhatikan oleh konsumen. Distributor Kurnia Jaya merupakan tempat penjualan oli dan kawat yang berdiri di Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur.

Kualitas produk dan administrasi adalah senjata *Distributor Kurnia Jaya* untuk bertahan dan bertahan di tengah persaingan yang luar biasa. Kualitas rendah akan menimbulkan kekecewaan pada klien, bukan hanya klien yang membeli barang yang dirujuk tetapi juga mempengaruhi calon klien. Karena klien yang bingung akan memberi tahu tidak kurang dari 15 orang lainnya. Dengan demikian, klien potensial akan memutuskan keputusan mereka untuk saingan.

Pedagang Kurnia Jaya sangat menjaga kualitas produk, karena bagi Pedagang Kurnia Jaya memberikan barang berkualitas hampir memberikan loyalitas konsumen. Bahan mentah yang digunakan oleh Pedagang Kurnia Jaya adalah bahan yang berkualitas.

Keistimewaan Kurnia Jaya *Wholesalers* adalah dalam hal administrasi, jika klien sudah mendapatkan barang yang dipesan beberapa jam setelah barang datang dan dapat dikirim dari klien, dan klien dapat memeriksa kembali berbagai barang yang telah diminta, serta apabila terdapat barang yang

berbeda dari apa yang klien inginkan, maka perwakilan akan menggantikan barang tersebut sesuai dengan keinginan klien.

Hal ini diselesaikan oleh Kurnia Jaya *Wholesalers* untuk mengerjakan sifat administrasi kepada klien. Oleh karena itu, pelanggan akan merasa senang dengan administrasi Distributor Kurnia Jaya dan akan melakukan pembelian berulang, pembelian berulang akan mendorong kepercayaan pembeli.

Mengingat pekerjaan signifikan klien dan pengaruh loyalitas konsumen pada manfaat, organisasi mencoba untuk melacak cara-cara memperluas loyalitas konsumen. Rekan bisnis Kurnia Jaya juga mewaspada hal ini. Tak henti-hentinya mengembangkan kualitas administrasi dan kualitas barang untuk meningkatkan kuantitas klien. Mengingat penggambaran sudah selesai, pencipta perlu melakukan eksplorasi pada judulnya. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan "(Studi Kasus Distributor Kurnia Jaya Di Kabupaten Bojonegoro)".

1.2. Rumusan Masalah

Mengacu batasan masalah sebelumnya, maka rumusan masalahnya dijabarkan yaitu:

1. Apakah variabel kualitas produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen Distributor Kurnia Jaya?
2. Apakah variabel kualitas produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen Distributor Kurnia Jaya?
3. Manakah diantara variabel kualitas produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh dominan terhadap variabel kepuasan konsumen Distributor

Kurnia Jaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Mencermati perincian masalah sebelumnya, maka dijabarkan tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga dan kualitas layanan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen Distributor Kurnia Jaya?
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen Distributor Kurnia Jaya?
3. Untuk manakah dari variabel kualitas produk, harga dan kualitas layanan yang memiliki pengaruh dominan terhadap variabel kepuasan konsumen Distributor Kurnia Jaya?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan melalui hasil penelitian ini, di antaranya:

a. Aspek akademis

Bisa digunakan untuk memperluas wawasan serta pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan strategi mempertimbangkan kepuasan konsumen.

b. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan.

Mampu menjadi bahan referensi dan perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

c. Aspek praktis

Bisa menjadi masukan untuk perusahaan Distributor Kurnia Jaya dalam pengambilan keputusan terkait strategi pemasaran yang dilakukan.

