

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada masa perkembangan bisnis yang modern saat ini, pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks harus sesuai keinginan konsumen agar perusahaan tersebut terus berproduksi dalam produk dan jasa. Menurut Abdurrahman (2015:39) mengungkapkan Perilaku pembelian kompleks adalah perilaku pembelian dalam situasi yang ditentukan oleh keterlibatan konsumen yang tinggi dalam pembelian dan perbedaan yang dianggap signifikan antar merek. Saat ini konsumen lebih terdidik dan lebih terinformasi. Mereka mempunyai banyak alternatif untuk menentukan pilihannya yang akan dikonsumsi. Hal tersebut mendorong pihak produsen untuk melakukan strategi persaingan dalam mendapatkan konsumen. Echdar (2015) dalam Sudaryono (2016:274) strategi adalah suatu rencana aksi yang menyelaraskan sumber-sumber dan komitmen organisasi untuk mencapai kinerja unggul. Keunggulan bersaing kompetitif adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan kompetitor terdekat. Seorang pemasar harus mampu mengenali berbagai unsur dasar untuk mencapai keunggulan bersaing.

Perkembangan bisnis yang modern dan dirasa tumbuh dengan pesat dalam hal ini mengenai produk dan jasa yang dibutuhkan masyarakat adalah produk foto untuk mengabadikan bentuk keindahan alam, suatu kegiatan atau pribadi seseorang dalam bentuk lukisan yang mempunyai seni dan keindahan.

Hal ini tentunya berdampak pada meningkatnya permintaan masyarakat akan produk foto tersebut. Masyarakat sebagai konsumen hanya akan memilih produk foto dalam kualitas cetak yang baik.

Untuk dapat terus memberikan kualitas cetak foto yang baik dalam persaingan bisnis yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya toko ataupun studio-studio foto yang menawarkan produk dan jasa yang berkualitas di Surabaya. Hal tersebut membuat perusahaan harus mampu menjalin hubungan baik dengan konsumen. Hubungan yang baik dengan masyarakat sebagai konsumen tentunya juga harus dengan memberikan harga dan pelayanan yang baik agar loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen tetap terjaga. Demikian juga halnya toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di surabaya, dimana sebagai salah satu toko produk dan jasa yang ada di kota Surabaya, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding toko ataupun studio yang lainnya. Termasuk dalam hal mengetahui keinginan - keinginan pelanggannya dan mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut. Mengenai kepercayaan konsumen akan hasil cetak yang memuaskan karena perubahan harga, ataupun tentang loyalitas dan kualitas pelayanan dari pegawai toko yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi diatas, maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “(Pengaruh kepercayaan, loyalitas dan harga terhadap kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Hal ini merupakan permasalahan yang harus dihadapi pihak toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya. Pengelola toko harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan, loyalitas dan harga serta kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan.

Dari permasalahan rumusan masalah diatas menimbulkan pertanyaan-pertanyaan untuk penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya ?
2. Apakah loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya ?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya ?
5. Apakah loyalitas berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya ?
6. Apakah harga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya ?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya.
2. Mengetahui dan menganalisa pengaruh loyalitas terhadap kepuasan konsumen pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya.

3. Mengetahui dan menganalisa pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya.
4. Mengetahui dan menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap kualitas pelayanan pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya.
5. Mengetahui dan menganalisa pengaruh loyalitas terhadap kualitas pelayanan pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya.
6. Mengetahui dan menganalisa pengaruh harga terhadap kualitas pelayanan pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya.
7. Mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

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

1. Bagi toko master foto studio kodak digital cabang rungkut di Surabaya yakni sebagai masukan bagi pihak toko mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan kepercayaan, loyalitas dan harga yang mengacu pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumennya.
2. Bagi Akademis dapat memperkaya konsep dan teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran yang dapat digunakan bagi peneliti sejenis maupun sivitas akademika untuk

kemajuan dunia pendidikan, dan Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh kepercayaan, loyalitas dan harga terhadap kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan.

3. Bagi Penulis penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan pengalaman khususnya yang berharga untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran yang berhubungan dengan kepercayaan, loyalitas, harga, kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan.