

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyak perubahan serta kemajuan di dunia bisnis yang mutakhir dalam era globalisasi ini. 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.

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.

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.

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