

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada hakikatnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan, karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil kerja seseorang atau organisasi. Maka hanya merekalah yang hanya bisa menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka. Atau dengan kata lain kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan dalam setiap usaha, khususnya dalam bidang usaha jual beli komputer dan asesorisnya. Cara perumpamaannya pun berbeda-beda, ada yang mengatakan bahwa "Pelanggan adalah raja", "kepuasan pelanggan adalah tujuan kami" dan lain sebagainya.

PT. Triduta Solusindo Computama merupakan organisasi yang menjalankan kegiatannya untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan terlebih dahulu sesuai dengan sifat ataupun karakteristik PT. Triduta Solusindo Computama tersebut. Biasanya tujuan dari sebuah organisasi didirikan adalah untuk mencari laba semaksimal mungkin dari sebuah organisasi ini contohnya PT. Triduta Solusindo Computama Surabaya.

PT. Triduta Solusindo Computama adalah perusahaan yang bergerak dibidang supplier & jasa computer (hardware provider) meliputi penjualan unit server, storage, komputer dan peripheral, instalasi jaringan, manajemen data, virtualisasi, keamanan sistem secara keseluruhan (networking system integrator) dan perawatan (*maintenance*) baik perangkat komputerisasi maupun jaringan. Dalam orientasi pengembangannya kami menjalin hubungan (partner) dengan beberapa vendor IT internasional seperti Microsoft, Hewlett Packard,

Cisco System, Aruba Network, Cyberoam, APC dan beberapa vendor IT terkemuka di dunia.

Dengan demikian kepuasan para pelanggan dapat terpenuhi dengan menjadikan kami sebagai mitra kerja yang competent baik dalam menyediakan maupun mengarahkan kebutuhan product dan solusi yang sesuai dengan perusahaan anda.

Jaminan atas kepuasan pelanggan adalah menjadi motto dasar kami dalam menjalankan bisnis ini sehingga menjadikan Triduta Solusindo Computama sebagai perusahaan yang tetap konsisten dalam mengikuti perkembangan dunia ICT yang semakin maju.

Dengan didukung oleh segenap sumber daya manusia yang competent, mempunyai certified di bidang keahlian masing-masing, dinamis, loyalitas yang tinggi serta penuh inovasi, kreatif dan komunikatif menjadikan Triduta Solusindo Computama selalu berusaha untuk menjadi mitra terdepan dan terfokus pada komitmen awal yaitu memberikan solusi yang menyeluruh dan terintegrasi dalam pengadaan software, hardware serta jaringan (*network and security*) dan setiap solusi yang kami berikan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:345) harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Dalam proses penetapan suatu harga sebaiknya dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan dan pemasaran. Penetapan suatu harga dapat dilakukan suatu perusahaan atau organisasi dengan berbagai macam pertimbangan. Jika

konsumen menerima harga yang sudah kita tawarkan berarti harga tersebut sudah tepat, tetapi jika konsumen menolak bisanya harga akan cepat diganti atau ditarik dari pasar.

Harga menjadi faktor penting dalam penentuan jadi tidaknya seorang konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa.

Selain harga, kelengkapan produk juga diperlukan untuk mencapai atau mendapat loyalitas dari konsumen melalui kepuasan konsumen itu sendiri. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan pada karakteristik atau ciri, atau atribut produk dari produk tersebut (Kotler, 2014:32).

Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel .

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2014:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2010:177). Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan,

memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan, sehingga tidak dipungkiri lagi sebuah perusahaan akan dengan mudah mendapatkan loyalitas dari seorang konsumen

Agar dapat memenuhi keinginan konsumen perusahaan harus memperhatikan kualitas produknya, agar dapat bersaing dengan produk perusahaan lain yang sejenis. Kualitas produk (baik barang, maupun jasa) berkontribusi besar pada kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, komunikasi gethok tular (word-of-mouth communication), pembelian ulang, cross buying, up buying, loyalitas pelanggan, pangsa pasar, dan profitabilitas (Tjiptono 2010:243). Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang akan dijual, agar dapat memuaskan konsumen yang membelinya. Sehingga diharapkan konsumen akan kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian mengenai "Analisis Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen (Studi kasus PT. Triduta Solusindo Computama Surabaya). Sejauh mana harga dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen?
2. Apakah kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen?
4. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen?
5. Apakah kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen?
6. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen?
7. Apakah kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen?

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen .
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kelengkapan terhadap kepuasan konsumen .
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen .
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen .
5. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap loyalitas konsumen .
6. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

7. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen .

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek akademis

Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmu pada kajian tentang pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat dan dijadikan acuan sebagai pembandingan dengan penelitian sejenis.

3. Aspek praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berarti, terutama bagi perusahaan PT. Triduta Solusindo Computama, sehingga kedepannya PT. Triduta Solusindo Computama bisa lebih berkembang dan maju.