

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi sekarang ini, banyak sekali perkembangan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Perubahan yang terjadi ditandai dengan mentalitas masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi dan gaya hidup yang tidak lepas dari dampak globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan secara tidak langsung menuntut kita untuk bias mengikutinya dalam kehidupan sehari-hari. Perusahaan saat ini menghadapi persaingan yang sangat ketat, hanya perusahaan yang beorientasi pada konsumen yang berhasil menarik konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor penting untuk keuntungan perusahaan. Harga menurut Guntur (2010) adalah sejumlah uang yang ditagih untuk suatu produk dan layanan atau jumlah nilai yang dipertukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Harga adalah elemen pemasaran campuran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan dan fleksibel. Banyaknya pilihan tempat untuk membeli atau memesan produk aluminium, harga adalah salah satu bahan untuk membandingkan dari toko satu ke toko aluminium yang lain dengan tujuan untuk mendapatkan harga yang paling murah.

Strategi penetapan harga yang dilakukan merupakan salah satu elemen yang dapat mempengaruhi aktivitas kegiatan perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan bersaing. Namun demikian, seringkali hal tersebut berbenturan dengan situasi lingkungan dan kebijakan lain serta perubahan yang

telah terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan yang terbatas. Dengan persaingan yang sangat ketat maka perusahaan harus memperhatikan faktor harga karena besarnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi. Artinya, harga yang ditetapkan perusahaan harus sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan konsumen apabila ia mengkonsumsinya.

Saat ini banyak media untuk mempromosikan atau memperkenalkan sebuah produk ke masyarakat luas. Menurut Kotler dan Armstrong (2016), Promosi adalah kegiatan yang menyampaikan manfaat suatu produk dan meyakinkan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Promosi yang dilakukan perusahaan yaitu melalui media sosial (seperti whatsapp, facebook dan instagram), menggunakan media sosial untuk promosi menjangkau orang-orang secara luas dalam waktu dan cara yang hemat. Cara ini dinilai lebih efektif karena banyak orang yang sekarang lebih sering menggunakan media sosial untuk mencari barang untuk dibeli.

Memperhatikan tingkat persaingan yang semakin meningkat, perusahaan harus meningkatkan kinerjanya dengan berbagai cara atau banyak hal. Terkadang promosi yang optimal yang telah dilakukan oleh perusahaan tidak memberikan timbal balik bagi peningkatan konsumen. Maka setiap pelaku bisnis harus peka terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menjadikan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Selain promosi, kualitas pelayanan sangatlah penting karena kualitas pelayanan yang baik menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diinginkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan ini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pengukuran kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2016) pada riset eksplanatorinya, dijelaskan pelayanan dan faktor-faktor yang menentukannya, faktor-faktor yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan tercakup dalam lima dimensi yaitu *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*. Dimana menunjukkan bahwa dimensi *reability* yang paling penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Kemudian diikuti dimensi *respopsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*. Dalam penelitian Christian (2016) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Oleh karena itu dalam menjalankan bisnis pemilik harus benar-benar memperhatikan tingkat kepuasan yang dialami konsumen. Karena tingkat persaingan yang tinggi dibidang aluminium pasti akan bersaing untuk memberikan pelayanan terbaik demi kepuasannya.

Banyaknya pesaing membuat pemilik toko harus benar-benar bisa membaca peluang untuk menciptakan produk yang bagus dengan harga terjangkau dan menjaga kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan pelanggan. Semakin ketatnya persaingan toko aluminium ponorogo untuk pemasaran harus dilakukan dengan baik sehingga dapat meningkatkan penjualan. Dalam persaingan bisnis apapun, terdapat faktor-faktor tertentu yang akan mempengaruhi tingkat keberhasilan dalam memperoleh pelanggan harga, promosi, dan kualitas pelayanan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dafit Aluminium merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perabotan rumah tangga yang menggunakan produk dengan jenis aluminium dan

kaca. Toko Dafit Aluminium berlokasi di Jl. Abimanyu, Sumpel, Ds. Jambon, Kec. Jambon, Kab. Ponorogo. Toko ini menyediakan perabotan rumah tangga seperti rak etalase, pintu, jendela, gerobak dagang dan lain-lain, yang berbahan dasar aluminium. Toko ini termasuk salah satu toko aluminium yang cukup laris. Menurut observasi awal dan informasi yang diperoleh dari pemilik toko bahwa terdapat beberapa konsumen yang berpindah ke toko lain. Hal ini dilihat dari frekuensi pembelian para konsumen yang rata-rata setelah melakukan pembelian 1 kali ditoko dafit aluminium kemudian tidak lagi melakukan pembelian ulang. Hal ini kemungkinan terjadi karena kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko dafit aluminium kepada konsumennya sehingga konsumen merasa kurang puas.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini yaitu rendahnya tingkat kualitas pelayanan di Toko Dafit Aluminium sehingga terdapat konsumen yang pindah ke toko lain. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik mengambil judul **"Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada toko Dafit Aluminium Jambon Ponorogo)"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Dafit Aluminium Jambon Ponorogo?
2. Apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Dafit Aluminium Jambon Ponorogo?
3. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Dafit Aluminium Jambon Ponorogo?
4. Apakah secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Dafit Aluminium Jambon Ponorogo?

C. Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Dafit Aluminium Jambon Ponorogo
2. Untuk mengetahui secara parsial promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Dafit Aluminium Jambon Ponorogo.
3. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Dafit Aluminium Jambon Ponorogo.
4. Untuk mengetahui secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Dafit Jambon Ponorogo.

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Universitas

Diharapkan dapat menambah referensi bagi pembaca dan pertimbangan bagi mahasiswa yang melakukan penelitian sejenis dan sumbangsih keperpustakaan.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijaksanaan yang berhubungan dengan Harga, Promosi dan kualitas pelayanan digunakan sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas perusahaan.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini berguna sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Serta menambah pengetahuan untuk berwirausaha khususnya dalam bidang pemasaran.

