

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ada beragam cara untuk membuat orang yang dicintai merasa kasih sayang saat ini. Terdapat cara lain yang bisa digunakan, seperti dengan perbuatan atau dengan menggunakan kata-kata manis (Syarif, 2023). Namun agar lebih berkesan, biasanya banyak orang yang memberikan suatu benda yang dapat disimpan oleh seseorang yang diharapkannya sehingga ada rasa ingat atau terkenang pada orang yang memberikan benda tersebut dan dapat memberikan Kesan tersendiri (Syahril, 2023). Buket adalah salah satu jenis hadiah yang dapat di berikan untuk berbagai acara.

Buket merupakan karangan bunga yang biasanya di berikan sebagai hadiah kepada orang yang tersayang (Syarif, 2023). Buket yaitu suatu bisnis yang memiliki peluang cukup besar untuk saat ini yang mana masyarakat banyak yang mencari Buket untuk acara formal maupun non formal. Buket sendiri merupakan suatu usaha manual dimana memerlukan keterampilan khusus untuk menghasilkan kualitas yang bagus sehingga bisa memenuhi keinginan konsumen. Secara umum, buket terdiri dari karangan bunga yang dianggap sebagai satu rangkaian. Namun, semakin banyak penjual buket yang inovatif menciptakan berbagai jenis buket, seperti buket snack, buket uang, buket kosmetik dan lainnya, yang bahkan dapat sesuai permintaan konsumen (Syahril, 2023).

Persaingan bisnis dalam usaha buket yang semakin ketat dengan banyaknya muncul beberapa pelaku usaha baik secara *offline* maupun *online*. Dalam hal

ini, perusahaan berkompetisi dalam mengolah ide kreatifnya (Redo, 2023). Perusahaan juga harus mampu menyediakan barang dengan kualitas tinggi serta layanan yang memuaskan agar tetap kompetitif (Syahril, 2023). Persaingan juga mendorong inovasi dalam desain produk dan layanan sehingga bisa menarik minat konsumen.

Bisnis Buket di Indonesia memiliki banyak potensi dan terus berkembang. Permintaan Buket terus meningkat karena dianggap sebagai hadiah yang bermakna. Masyarakat Indonesia mengapresiasi keindahan dan estetika, sehingga buket menjadi pilihan untuk berbagai acara (Aliza, Ustadus & Nurali, 2024). Seperti di daerah lain yang ada di Indonesia, bisnis Buket di Ponorogo juga memiliki potensi yang sangat menjanjikan (Fiki, Teguh, 2024). Pada saat ada event dapat menjadi peluang bagi bisnis Buket. Selain itu acara pernikahan, syukuran, serta perayaan adat lainnya di Ponorogo juga melibatkan pemberian buket.

Salah satu pengrajin Buket di Ponorogo adalah “Jenar Buket” yang bergerak dibidang kreatif, usaha ini di mulai sejak tahun 2021 hingga saat ini. Jenar Buket sendiri menjual produknya melalui *platform online* seperti Instagram, Tik Tok dan Shopee, serta memiliki toko *offline* yang berada di Jalan Ramawijaya no 9A, Surodikraman, Ponorogo (Syarif, 2023). Saat ini, Jenar Buket memproduksi berbagai macam produk Buket, termasuk snack, bunga, uang, dan barang lainnya berdasarkan permintaan pelanggan.

Salah satu tantangan dalam suatu bisnis yaitu mempertahankan konsumen yang puas dan loyal. Tanpa konsumen yang puas sangat merugikan peluang keberhasilan bisnis. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa mempertahankan

konsumen saat ini lebih memungkinkan daripada mendapatkan konsumen baru (Redo, 2023). Hal ini mendorong, semakin banyak perusahaan yang berupaya meningkatkan pemahaman mereka tentang perilaku konsumen dalam upaya untuk konsumen merasa puas. Pada akhirnya pemahaman ini berfungsi untuk membuat rencana dan strategi pemasaran yang lebih berhasil dalam memenuhi permintaan dan keinginan pelanggan.

Perilaku konsumen mengacu pada cara-cara individu, kelompok, dan organisasi memilih, menggunakan, dan mendapatkan produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan mereka (Hermawan, 2023). Perilaku konsumen merupakan bagaimana seseorang menggunakan produk dan layanan. Mengetahui siapa konsumen itu sangat penting untuk memahami perilaku mereka karena mereka akan memiliki berbagai kebutuhan, keinginan, serta selera yang berbeda (Andres Dharma Nurhalim, 2023). Setiap orang menginginkan pelanggan yang loyal agar suatu bisnis dapat memperoleh keuntungan. Kemudian suatu bisnis juga mengharapkan adanya pembelian ulang. Minat juga merupakan hal pertama yang menarik seseorang untuk membeli suatu produk maupun jasa (Hermawan, 2023). Minat beli ini menghasilkan dorongan yang tertanam di benak pelanggan dan berkembang menjadi keinginan yang kuat, memastikan bahwa ketika ada kesempatan, konsumen akan bertindak untuk memuaskan keinginan mereka. Ketika konsumen setelah membeli produk atau jasa sesuai keinginan mereka maka akan menimbulkan rasa kepuasan terhadap produk atau jasa tersebut.

Kepuasan konsumen sangat penting untuk membangun sebuah bisnis lebih maju. Kepuasan konsumen juga bisa menjadi pendorong dalam keberhasilan

suatu bisnis. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi konsumen atas sejauh mana mereka senang atau tidak senang dengan suatu produk maupun layanan (Endang,Eva & Anita, 2023). Kepuasan konsumen juga dapat di artikan sebagai titik yang menunjukkan seseorang merasa puas terhadap hasil yang diperoleh sesuai dengan harapannya (Nurlaili,Fahrurrozi & Rohaeniah, 2024). Banyak cara yang dapat di lakukan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas produk sangat penting untuk memenuhi harapan konsumen. Dari sudut pandang pemasaran, pendapat konsumen tentang kualitas suatu produk memiliki dampak yang besar (Bella,Ema & Sigit, 2024). Kualitas produk ialah kapasitas atau keunggulan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menunjukkan suatu barang atau jasa yang di tawarkan (Achmad & Rudy, 2024). Kualitas produk sangat berkaitan erat dengan kriteria yang konsumen inginkan. Sehingga setelah produk tersebut sesuai keinginan konsumen bisa memberi nilai pada produk tersebut. Nilai pelanggan merupakan evaluasi pelanggan terhadap suatu produk berdasarkan usaha yang mereka lakukan untuk merasa puas (Aulia Dwi & Fullchis Nurtjahjani, 2024). Nilai pelanggan sering didefinisikan sebagai penilaian dari konsumen terhadap suatu produk berdasarkan pendapat konsumen setelah memperoleh produk tersebut. Agar dapat bersaing di pasar dan bisa memenuhi keinginan konsumen, suatu bisnis perlu memperhatikan dan menjaga kualitas produk. Selain dari fungsi atau nilai suatu produk konsumen akan mencari barang dengan kualitas produk yang baik. Performance service Jenar Buket menjadi faktor penting supaya konsumen merasa puas pasca membeli produk tersebut.

Kualitas layanan mengacu pada nilai tambah yang ditawarkan produk dengan memberikan manfaat yang memuaskan kebutuhan konsumen (Andreas Tri & Hariyadi Triwahyu, 2024). Ketika dengan memberikan layanan konsumen dengan baik, hal itu membuat konsumen merasa nyaman dan kemungkinan mereka akan menggunakannya lagi. *Performance service* merupakan kemampuan suatu bisnis untuk memuaskan konsumen dengan memberikan layanan yang sesuai dengan harapan konsumen. *Performance service* Kinerja layanan mengacu pada evaluasi pelanggan terhadap kualitas layanan yang mereka alami, yang mencerminkan kapasitas mereka untuk menilai layanan yang mereka terima (Liora & Dwi Sukma, 2023). Perusahaan perlu memastikan bahwa konsumen puas dengan layanan yang mereka terima. Dalam persaingan yang semakin ketat, kepuasan konsumen dan keberhasilan bisnis semakin penting, kualitas layanan sekarang menjadi prioritas utama bagi bisnis. Sebuah perusahaan harus memahami preferensi dan kebutuhan pelanggannya, karena memberikan layanan pelanggan yang luar biasa dapat membantunya lebih unggul dari para pesaing (Agustina Widodo & Muhammad Zaky, 2020). Untuk memperkuat keunggulan kompetitif suatu bisnis bisa melalui peningkatan layanan konsumen serta bisa *request* atau kustom sesuai permintaan konsumen.

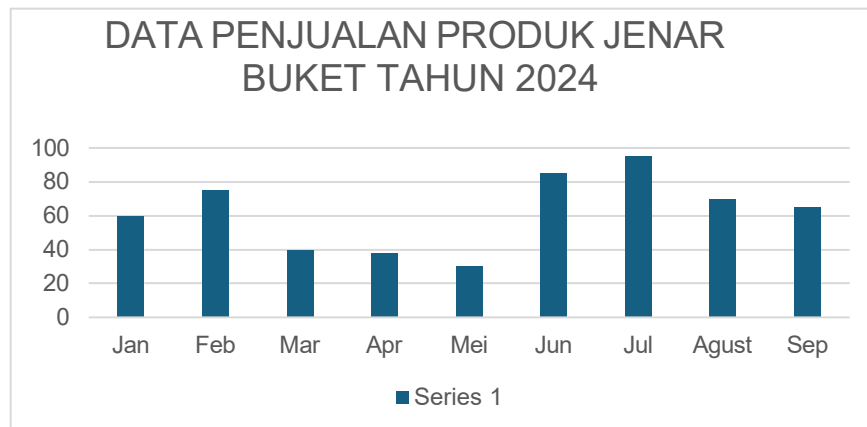
Kustomisasi produk adalah proses pembuatan suatu produk berdasarkan permintaan konsumen. Tujuannya untuk menyediakan produk sesuai dengan permintaan konsumen (Martin Pech & Jaroslav Vrchota, 2022). Memberikan layanan konsumen yang sangat baik sangat penting untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan. Karena hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut

peduli dengan keinginan setiap pelanggan, kustomisasi produk dianggap sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan persepsi kualitas layanan (Nadiyah, 2018). Pada dasarnya, konsumen tidak menginginkan pilihan tapi hanya menginginkan apa yang mereka inginkan. Kustomisasi produk bertujuan untuk meningkatkan nilai produk yang dirasakan konsumen. Masukan konsumen sangat penting dalam situasi ini, karena konsumen akan menentukan apa yang harus di produksi oleh perusahaan. Kustomisasi mengacu pada sejauh mana suatu bisnis menciptakan barang atau layanan yang unik untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumennya (Shuai Wang & Shuang Ma, 2023). Kustomisasi produk juga bisa didefinisikan sejauh mana perusahaan memodifikasi kemampuan dan estetika suatu produk untuk memenuhi permintaan konsumen.

Objek penelitian ini adalah Jenar Buket. Penelitian ini di lakukan pada konsumen Jenar Buket di Ponorogo. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang menentukan kepuasan konsumen terhadap produk Buket di Ponorogo dan mengidentifikasi cara untuk meningkatkan penjualan produk Buket. Semakin banyaknya penyedia Buket di Ponorogo, hal ini menyebabkan persaingan usaha yang sangat ketat.

Berikut grafik jumlah penjualan di Jenar Buket per Januari-September 2024 :

Gambar 1 Grafik Penjualan Produk Januari-September Tahun 2024



Sumber : Observasi Peneliti

Berdasarkan grafik di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan Buket di toko Jenar Buket mengalami naik turun jumlah penjualan terhadap produk Buket dari bulan Januari-September 2024 yang berkaitan erat dengan tingkat kepuasan konsumen, serta musiman pada produk Buket. Disini dikatakan musiman karena tidak ada perayaan dan hari besar sehingga konsumen tidak selalu membeli produk Buket. Berdasarkan hasil observasi dengan owner Jenar Buket bahwa pada bulan Maret-Mei 2024 mengalami penurunan sangat drastis karena para konsumen tidak selalu membeli produk secara rutin, oleh karena itu pada saat tertentu produk buket habis terjual. Sehingga perusahaan tidak bisa menentukan target penjualan yang sama setiap bulan. Sehingga target penjualan bulanan bervariasi berdasarkan kondisi pasar. Ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas produk, *performance service* yang diberikan dan bisa *request* sesuai keinginan konsumen, hal ini dapat mendorong peningkatan penjualan. Fluktuasi ini menekankan pentingnya menjaga kualitas dan memberikan pengalaman berbelanja yang optimal untuk mempertahankan loyalitas konsumen terhadap suatu bisnis dan menarik konsumen baru. Selain itu di Jenar

Buket terdapat keterbatasan bahan baku seringkali menjadi kendala serius yang secara langsung memengaruhi kepuasan konsumen. Fenomena ini menciptakan rantai masalah, mulai dari penundaan produksi hingga penurunan kualitas produk akhir, yang pada akhirnya merugikan pelanggan.

Salah satu dampak paling nyata adalah ketidakmampuan produsen untuk memenuhi permintaan konsumen, mengakibatkan kecewa pelanggan karena pesanan mereka tidak dapat diproses atau dikirim tepat waktu. Lebih lanjut, ketika bahan baku langka.

Di Jenar Buket mengutamakan kepuasan konsumen. Kami berusaha memberikan setiap konsumen pengalaman berbelanja yang tak terlupakan dengan Buket berkualitas tinggi, desain yang unik, dan layanan pelanggan terbaik. Setiap Buket yang kami buat adalah hasil dari komitmen kami untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen kami sehingga mereka senang dan akan terus memilih Jenar Buket untuk semua acara penting mereka.

Variabel kualitas produk, *performance service*, dan kustomisasi produk dipilih sebagai variabel penelitian karena ketiga variabel tersebut secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen pada produk buket. Dengan produk berkualitas tinggi, *performance service* yang memuaskan, serta kustomisasi produk yang bervariasi akan meningkatkan kepuasan konsumen dan pembelian ulang.

Penelitian terdahulu yang dirujuk oleh para peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Nurlaili, Fahrurrozi, dan Rohaeniah (2024) dengan metode kuantitatif, dan hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Nurlaili, Fahrurrozi & Rohaeniah, 2024). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Eka Giovana dan Eka Avianti (2020)

dengan metode kuantitatif menyatakan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian terdahulu yang peneliti ambil adalah Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin (2020) dengan menggunakan metode kuantitatif yang menyatakan *performance service* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Ahmad Izzuddin & Muhammad Muhsin, 2020). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dhita Tresiya, Djunaidi dan Heri Subagyo (2018) dengan metode kuantitatif menyatakan bahwa *performance service* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Dhita Tresiya, Djunaidi & Heri Subagyo, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Yeni, Mora, Daffa dan Tri Siwi (2024) dengan menggunakan kuantitatif menyatakan bahwa kustomisasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Yeni, Mora, Daffa & Tri Siwi, 2024). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu, Dewi, Eri, dan Dwi Budi (2024) dengan menggunakan kualitatif menyatakan bahwa kustomisasi produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Wahyu, Dewi, Eri & Dwi Budi, 2024).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang **“Analisis Kepuasan Konsumen Pada Produk Buket Di Ponorogo (Studi Kasus Konsumen Jenar Buket Ponorogo)”**.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Buket di Ponorogo?
2. Apakah terdapat pengaruh *performance service* terhadap kepuasan konsumen Buket di Ponorogo?
3. Apakah terdapat pengaruh kustomisasi produk terhadap kepuasan konsumen

Buket di Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menguji dan mengevaluasi bagaimana kualitas produk Buket mempengaruhi kepuasan konsumen di Ponorogo.
- b. Untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi dampak dari *Performance Service* terhadap kepuasan konsumen Buket di Ponorogo.
- c. Untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi dampak dari kustomisasi produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Buket di Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Bagaimana kualitas produk, *performance service* dan kustomisasi mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Buket.

b. Bagi Peneliti Mendatang

Bagi mahasiswa yang berminat pada bidang yang sama semoga penelitian ini bermanfaat sebagai sumber ilmu dan referensi.

c. Bagi Perusahaan

Pengetahuan dari penelitian ini dapat di terapkan pada pengembangan suatu bisnis terutama dalam hal kualitas produk, *performance service*, kustomisasi produk dan kepuasan konsumen.