

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Suatu usaha yang menempatkan prioritas tinggi pada kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa usaha tersebut memiliki peluang untuk berhasil yang cukup tinggi. Hal ini dimaknai sebagai pelanggan merupakan subyek yang secara otomatis puas terhadap suatu barang atau jasa yang disediakan oleh pengusaha / perusahaan yang melebihi ekspektasi pelanggan (Lesnussa & Warbal, 2023). Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan (Sulistyawati & Seminari, 2015). Pelaku usaha mulai menyadari bahwa upaya dalam memperoleh konsumen baru dibutuhkan biaya yang lebih besar jika dibandingkan dengan mempertahankan pelanggan yang telah ada. Sehingga pelaku usaha berfokus dalam menjaga kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, serta tidak luput dalam memperhatikan kualitas produk dan kelengkapan produk (Trianah et al., 2017). Karena kepuasan pelanggan sangat penting bagi setiap organisasi, baik sektor jasa atau sektor barang, oleh karena itu tidak setiap waktu produsen dapat memuaskan pelanggannya (Yulistria et al., 2023).

Kepuasan pelanggan dalam menentukan dan memilih suatu produk juga tidak lepas dari kualitas produk. Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia

(Santoso, 2019). Kualitas produk dapat dikatakan baik apabila produk tersebut memiliki kualitas yang baik serta bahan bermutu sehingga kualitas produk sudah seperti apa yang di harapkan pelanggan dan terciptanya rasa puas para konsumen atas produk yang mereka gunakan. Kualitas produk selaku kesanggupan produk dalam menjalankan fungsi-fungsinya, termasuk daya ketahanan, keandalan, dan fitur lainnya yang berharga bagi produk dengan menyeluruh (Widiarta & Mayasari, 2023).

Disamping itu, faktor yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kelengkapan produk. Suatu usaha selain memperhatikan produk yang kualitas juga memperhatikan kelengkapan dari produk yang disediakan. Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen (Amanah & Layla, 2019). Kelengkapan produk berkaitan dengan intensitas, ekstensif, kualitas produk yang dipasarkan serta ketersediaan produk yang ada ditoko. Situasi tersebut bisa saja menjadikan pembeli baru menjadi pelanggan loyal, sehingga perusahaan bisa meraih tujuannya (Learns & Nainggolan, 2021). Sejalan dengan yang disampaikan (Nurjamilah et al., 2023) bahwa kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu pelayanan yang diberikan oleh staff / pemilik usaha. Kualitas pelayanan merupakan kegiatan tidak berwujud yang dapat dirasakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang menimbulkan kepuasan

berdasarkan perbandingan antara persepsi dan harapan mereka dalam pelayanan yang diberikan. Pelayanan sebagai hal yang perlu ditingkatkan secara terus menerus di masa mendatang (Halawa et al., 2021). Secara sederhana, kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pelanggan umumnya menggunakan beberapa faktor di antaranya bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (Aisyah & Tuti, 2022).

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Yulistria et al., 2023) bahwa kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Halawa et al., 2021) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, promosi, pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh secara positif dan signifikan dari masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan pada PT Merek Indah Lestari. Peneliti lain membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan dengan nilai t sebesar 3,85, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dengan nilai t sebesar 6,12 dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan dengan nilai t sebesar 3,44 (Aisyah & Tuti, 2022). Menurut (Nurjamilah et al., 2023) memaparkan bahwa kelengkapan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tetapi menurut (Asaloei, 2018) menyatakan bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh positif terhadap pembelian ulang konsumen di Freshmart Bahu Manado. Hal ini dibuktikan nilai Thitung sebesar 1,094

dengan nilai signifikansi sebesar $0,279 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,202.

Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo yang terletak di Jl. Merdeka, Bulu Lor, Jambon merupakan salah satu toko bangunan yang cukup lengkap. Menurut beberapa pendapat pelanggan, Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo memiliki produk yang bervariasi baik secara ukuran maupun merek dagang. Merek yang dijual oleh Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon menurut konsumen merupakan merek-merek yang terpercaya dan bagus. Merek dagang menentukan kualitas suatu produk karena pelanggan sendiri memiliki keyakinan bahwa merek dari produk menentukan kualitas produk. Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo turut memperhatikan merek-merek yang paling diminati di pasaran sehingga mampu menarik pelanggan untuk melakukan transaksi di toko tersebut. Dalam segi kelengkapan produk, Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon memiliki produk bahan bangunan yang lengkap tetapi pada produk peralatan tani masih kurang. Disamping itu, dari segi pelayanan yang diberikan oleh karyawan, menurut konsumen Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon mereka mendapatkan pelayanan dari karyawan yang ramah dan cepat.

Mengacu pada penelitian terdahulu telah banyak dilakukan penelitian terkait kepuasan pelanggan, tetapi dalam sektor bank, retail, rumah makan, maupun *e-commerce*. Sedangkan penelitian terkait kepuasan pelanggan pada sektor toko bangunan masih belum ada. Pelanggan toko bangunan biasanya meliputi kontraktor, teknisi, atau pemilik rumah yang sedang memperbaiki maupun membangun rumahnya dan membutuhkan jasa konsultasi. Disamping

itu, penelitian kepuasan pelanggan pada toko bangunan biasanya mengambil obyek toko bangunan yang terletak di pusat kota, bukan pada toko yang berada di pedesaan. Padahal perbedaan karakter pelanggan dan transaksinya sangat unik, perilaku konsumen masyarakat pedesaan berbeda, mereka lebih mengutamakan hubungan personal dan kepercayaan.

Berdasarkan pemaparan dalam latar belakang tersebut diatas, peneliti tertarik untuk melakukan pengkajian lebih lanjut terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo. Faktor-faktor tersebut peneliti batasi dalam tiga faktor, yaitu kualitas produk, kelengkapan produk dan pelayanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena tersebut diatas, peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo?
2. Apakah Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo?
3. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo?
4. Apakah Kualitas Produk, Kelengkapan Produk dan Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan penguat terkait variabel kualitas produk, kelengkapan produk, dan pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo. Sehingga dapat digunakan sebagai rujukan secara teoritis terkait variabel-variabel tersebut untuk kemudian dikembangkan secara mendalam bagi peneliti selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi perusahaan, dalam hal ini Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo, agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga dapat dilakukan evaluasi, promosi, dan tindakan-tindakan lain agar Toko Bangunan Anugrah Jaya Jambon Ponorogo dapat berkembang dan mempertahankan apa yang telah dicapainya selama ini.

