

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan baik itu barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Seiring dengan perkembangan zaman mengakibatkan ketatnya tingkat persaingan antar perusahaan. Persaingan yang ketat terjadi di berbagai negara tidak hanya terjadi di dalam negeri saja, di tambah para perusahaan besar asing yang masuk ke Indonesia. Dalam era persaingan ini, ada beberapa cara yang harus diperhatikan untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan dengan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya, jika konsumen merasa puas maka akan melakukan pembelian secara berulang-ulang Winarta et al (2013). Sedangkan menurut Oliver (2019) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, Harga merupakan faktor penting dalam kegiatan pemasaran. Penentuan harga pada suatu produk yang dilakukan oleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan

dengan tingkat harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton (2018) harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Menurut Nasution (2020) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Sedangkan menurut Sunyoto (2020) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Apabila harga suatu produk lebih tinggi dari harga rata-rata produk lain maka perbedaan ini dapat mempengaruhi jumlah permintaan, sementara harga yang lebih rendah dari rata-rata dapat berdampak baik karena kecenderungan konsumen pada harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama.

Selain harga, kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting untuk mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan

sebaliknya, dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung akan terwujud. Menurut Arianto (2018) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan konsumen. Sedangkan menurut Davis et al (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh produsen, maka akan semakin tinggi pula penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan tersebut.

Sebelum konsumen melakukan transaksi untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu, mereka akan mengembangkan suatu harapan atau keyakinan. Harapan atau keyakinan ini dapat meliputi beberapa faktor seperti kualitas pelayanan ataupun harga. Ketika beberapa faktor tersebut bernilai positif di mata konsumen, maka akan timbul sebuah kepuasan dalam diri konsumen. Permasalahan akan kepuasan muncul ketika ada ketimpangan antara harapan dan kenyataan yang ada. Harapan yang diinginkan adalah beberapa faktor yang menjadi standar konsumen yang diberikan dengan baik sehingga dapat memberikan kepuasan bagi para konsumen. Konsumen hendak mengunjungi pusat perbelanjaan seperti swalayan, konsumen menjadi seorang pemilih. Dengan kata lain, konsumen akan memilih dan mempertimbangkan barang atau makanan yang akan dibeli. Terdapat pertimbangan tolak ukur tingkat kepuasan konsumen ketika berada didalam swalayan.

Citra Swalayan merupakan salah satu usaha perdagangan yang terletak di Jalan Andalas, Kota Padang. Citra Swalayan ini menjual berbagai jenis produk, harga yang ditawarkan oleh citra swalayan juga beragam. Selain produk yang beragam, pelayanan juga diperhatikan oleh pemiliknya ini. Terdapat beberapa pilihan yang berada disekitar citra swalayan, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih citra swalayan andalas padang. Pihak manajemen citra swalayan berusaha

untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu harga maupun kualitas pelayanan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antar keinginan (harapan) konsumen terhadap harga dan kualitas pelayanan yang ada di Citra Swalayan Andalas Padang, oleh karena itu berhasil tidaknya usaha perdagangan dalam berkomunikasi dengan para konsumen tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik dan harga yang terjangkau.

Berdasarkan beberapa usaha bisnis ritel, maka penulis memilih Citra Swalayan Andalas Kota Padang sebagai tempat penelitian. Berdasarkan informasi awal dari konsumen yang berbelanja di Citra Swalayan Andalas bahwa ditemukan harga di Citra Swalayan Andalas yang tidak sesuai dengan harga pasar, selain itu ketidaksesuaian dalam pemberian label harga dengan nama produknya, sehingga membuat konsumen kesulitan dalam melakukan pembelian. Disamping itu, informasi lain yang didapatkan bahwa Citra Swalayan Andalas memberikan pelayanan yang kurang ramah, kurangnya senyuman, kurangnya tegur sapa, sehingga apabila banyak konsumen berbelanja, menyebabkan konsumen terabaikan serta tidak merasa nyaman atas pelayanan tersebut. Sebagaimana telah ditetapkan pada sistem pelayanan di Citra Swalayan Andalas, akan tetapi hal tersebut tidak diterapkan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang berbelanja. Pelayanan merupakan senjata yang paling penting dalam melakukan suatu usaha.

Diperoleh sebuah data dari hasil wawancara singkat dengan pak Rudi selaku kepala staff Citra Swalayan Andalas mengatakan bahwa omset penjualan di Citra Swalayan yang diperoleh sekitar kurang lebih Rp.1 miliar perbulan, namun nilai tersebut hanya pada bulan-bulan tertentu seperti bulan puasa, Idul Fitri, Idul Adha dan hari Natal (bulan desember) dan lain sebagainya. Sementara pada bulan-bulan biasa, mengalami naik turun penjualan (berfluktuatif). Hal ini disebabkan karena semakin ketatnya persaingan didunia bisnis ritel sehingga perusahaan harus memiliki strategi dalam menciptakan kepuasan konsumen. Selain

dari itu turunnya penjualan yang didapatkan Citra Swalayan Andalas Padang ini biasanya disebabkan dimana saat ini banyak sekali swalayan yang bermunculan di area Kota Padang.

Untuk mendapatkan informasi yang lebih detil, maka dilakukan survey awal dengan mengunjungi perusahaan retail yang letaknya berdekatan di seputaran kota Padang. Berdasarkan survey awal yang dilakukan, diketahui bahwa harga produk yang dijual di Citra Swalayan Andalas Padang cenderung lebih tinggi ketimbang kompetitor yang ada di Padang. Hasil observasi awal yang dilakukan pada Citra Swalayan terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Daftar Harga Produk Pada Supermarket di Kota Padang

No.	Produk	Harga		
		Citra Swalayan	Budiman	Singgalang Mart
1.	Pepsodent	Rp. 13.200	Rp. 13.700	Rp. 9.300
2.	Vidoran X Milk	Rp. 29.600	Rp. 28.200	Rp. 28.000
3.	Beras Talang Solok 10kg	Rp. 182.500	Rp. 166.900	Rp. 165.000
4.	Nuvo reffil	Rp. 35.300	Rp. 34.100	Rp. 32.000
5.	Minyak Goreng	Rp. 20.500	Rp. 18.200	Rp. 17.900
6.	Kecap Sedap Special	Rp. 9.500	Rp. 8.900	Rp. 8.700
7.	Frisian Flag	Rp. 14.000	Rp. 13.300	Rp. 13.300
8.	Jhonsons Baby Cologne	Rp. 23.000	Rp. 19.700	Rp. 23.000
9.	Mama Lemon Extra	Rp. 10.000	Rp. 10.600	Rp. 10.200
10.	Mamy Poko Extra	Rp. 62.300	Rp. 49.200	Rp. 54.500
11.	Pantene	Rp. 56.000	Rp. 53.600	Rp. 54.300

Sumber : Data Observasi Awal 2023

Berdasarkan pada tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata harga produknya cenderung lebih mahal. Namun begitu, citra swalayan memiliki basis pelanggan dan telah memiliki reputasi sebagai salah satu perusahaan retail lokal (Sumatera Barat) yang memiliki banyak cabang di berbagai tempat, terutama di Kota Padang. Yang menjadi permasalahan adalah dengan harga yang cenderung diatas rata rata, apakah pelanggan merasa puas?. Hal ini menjadi pertimbangan bagi konsumen, dan apakah ini membuat konsumen menjadi puas bahwa perbedaan harga yang sedikit menjadi salah satu penyebabnya dengan harga yang diberikan oleh Citra Swalayan Andalas?.

Selain harga, faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, berdasarkan observasi yang dilakukan di Citra Swalayan Andalas Padang yaitu Kasir yang tersedia pada Citra Swalayan Andalas Padang terdiri dari 3 orang kasir. Namun begitu, terlihat antrian lama pada saat konsumen melakukan transaksi. Selain itu, tidak tersedianya penjaga parkir atau satpam pada Citra Swalayan Andalas Padang sehingga membuat kendaraan pelanggan yang akan parkir tidak terparkir dengan benar dan tidak sesuai dengan posisi lahan parkir yang disediakan Citra Swalayan Andalas Padang, Label produk di Citra Swalayan Andalas Padang tidak semuanya tersedia mengakibatkan konsumen bingung posisi produk dimana dan beberapa label harga tidak dicantumkan. Kondisi ruangan di Citra Swalayan Andalas Padang memiliki AC yang terasa kurang dingin saat kunjungan observasi dilaksanakan.

Berdasarkan fenomena dan hasil survey yang telah peneliti lakukan teridentifikasi bahwa terdapat gap atau celah yang layak untuk diteliti terkait dengan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Citra Swalayan Andalas Padang. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Citra Swalayan Andalas Padang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Citra Swalayan Andalas Padang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Citra Swalayan Andalas Padang?

3. Apakah Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Citra Swalayan Andalas Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Citra Swalayan Andalas Padang
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Citra Swalayan Andalas Padang
3. Untuk mengetahui harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Citra Swalayan Andalas Padang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat buat berbagai pihak diantara lainya :

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat diangkat sebagai pertimbangan bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan harga dan kualitas pelayanan agar meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi akademis

Untuk akademis hasil penelitian ini diharapkan menjadi patokan jika waktu melakukan penelitian yang sama atau sejenis mengenai kepuasan konsumen pada sebuah perusahaan dan sebagainya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti diharapkan hasil dari penelitian ini menjadi patokan untuk menambah ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan menambah wawasan untuk kedepannya mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini dilakukan lebih terarah dan topik yang dibahas tidak meluas maka perlu dilakukan pembatasan lingkup penelitian. Adapun batasan lingkungan pada penelitian ini adalah :

- 1) Variabel yang diteliti adalah variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Studi kasus pada Citra Swalayan Andalas Padang.
- 3) Responden yang diteliti adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Citra Swalayan Andalas Padang minimal 1x.