

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan globalisasi yang menimbulkan pergeseran nilai budaya kehidupan manusia yang menunjukkan bahwa kebutuhan dan keinginan manusia selalu bertambah dengan gaya hidup yang semakin meningkat membuat kebutuhan akan penampilan menjadi gaya hidup (*life style*) yang baru pada era moderen. Bidang usaha fashion semakin ketat, gaya fashion tiap tahun yang selalu berganti dan produk fashion yang saat ini berkembang sangat cepat mengikuti perkembangan zaman yang ada dan terkait dengan trend yang sedang berlaku. Produk fashion pada masa dahulu merupakan kebutuhan primer belakang, namun seiring dengan berkembangnya dunia industri, hiburan, informasi dan teknologi, gaya berbusana menjadi media untuk menunjukkan eksistensi seseorang dalam komunitasnya.

Fashion bisnis pakaian merupakan salah satu jenis bisnis yang cukup laris diminati konsumen setelah bisnis makanan. Kebutuhan akan sandang merupakan kebutuhan sehari-hari setiap orang. Selain peran pentingnya bagi manusia, pakaian pun bisa menambah rasa percaya diri dan membuat seseorang terlihat modis atau moderen. Bisnis penjualan pakaian sekarang ini memang semakin berkembang terutama di Indonesia, ini terbukti dengan semakin banyaknya muncul outlet (toko) dan distro yang menjual berbagai jenis pakaian. Masyarakat saat ini sudah sangat menyadari akan kebutuhan fashion yang lebih dari sekedar berpakaian, akan tetapi bergaya dan trend dari produk yang di tawarkan dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik yang akan

mempengaruhi konsumen, maka kualitas pelayanan digunakan untuk membantu memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen. Menurut Lupiyoadi (2014:7) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain. Kualitas pelayanan sangatlah penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya kedatangan kembali.

Dalam kualitas pelayanan dibutuhkan juga penetapan harga dalam suatu produk, harga yang rendah atau harga yang terjangkau dapat memicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Harga akan dapat mempengaruhi kesadaran konsumen akan suatu merek produk tertentu. Menurut Tjiptono (2011:213) Harga merupakan sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain non-moneter yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang digunakan untuk mendapatkan suatu jasa atau produk. Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan barang atau jasa.

Selain kualitas pelayanan dan harga, lokasi juga dapat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Tempat usaha yang strategis dapat membantu untuk meningkatkan keuntungan maksimal yang harus dilengkapi lahan parkir yang tersedia, terbebas dari kemacetan atau kepadatan dan tidak banyak persaingan usaha yang sama sehingga menarik konsumen untuk berbelanja. Menurut Heizer dan Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali

memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi perusahaan.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam sebuah layanan jasa sehingga meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang merasa puas pada produk tersebut akan kembali menggunakan kembali produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen sangatlah berkaitan dengan keberhasilan dalam penjualan produk, dapat dijadikan sebagai bahan *review* seberapa besar kesenangan mereka berbelanja di toko, dengan begitu akan mengetahui pada bagian mana pelayanannya harus tingkatkan lagi agar perkembangan bisnis menjadi semakin meningkat. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2012:38) mendefinisikan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi dan pelanggan akan puas.

Soraya Shop adalah toko atau distro yang memiliki berbagai macam produk yang modern yang banyak disukai oleh kalangan wanita, yang letak di Jalan Ogan Bukit Lama disamping SMK 3 Palembang. Soraya shop juga

menawarkan berbagai jenis produk-produk. Adapun berbagai jenis produk yang ditawarkan sebagai berikut:

Tabel 1.1

Jenis-Jenis Produk Soraya Shop

No	Jenis Produk
	Kemeja
1.	Kaos
2.	Rok
3.	Celana jeans
4.	Gamis (pakaian muslimah)
5.	Tas
6.	Ikat pinggang

Sumber: Soraya shop

Soraya shop dalam memberikan pelayanan belum maksimal bagi konsumen, sehingga dapat menurunkan jumlah konsumen untuk datang kembali, sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi konsumen. Harga yang tinggi maka akan mengakibatkan turunnya permintaan dalam suatu produk dan lokasi juga terdapat kendala seperti letak lokasi masih kurang strategis ada usaha yang lain menjual produk sejenis, sehingga timbulnya ketidakpuasan konsumen dalam berbelanja.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini difokuskan untuk lebih mengetahui dalam kepuasan konsumen yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Soraya Shop**”.

1.2 Batasan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti mengenai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Soraya Shop cabang Bukit yang memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan harga dan lokasi Soraya

Shop cabang Bukit. Alasan penelitian ini dibatasi agar lebih terarah dan dapat dibahas secara tuntas dan dapat mencapai hasil yang diharapkan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Soraya Shop?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Soraya Shop?
3. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Soraya Shop?
4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara bersama-sama terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Soraya Shop?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Soraya Shop.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Soraya Shop.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Soraya Shop.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara bersama-sama terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Soraya Shop?

1.5 Manfaat Penelitian

1) Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat diharapkan dapat menambah kepustakaan dan menjadi sumber informasi atau refesensi bagi mahasiswa/mahasiswi untuk melakukan penelitian khusus di Manajemen Pemasaran selanjutnya.

2) Bagi objek yang peneliti

Penelitian ini dapat diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan dan menjadi sumber informasi bagi Soraya Shop Palembang untuk evaluasi mengenai strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga dan lokasi agar dapat meningkatkan jumlah konsumen untuk berbelanja di Soraya Shop.