# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Usaha merupakan setiap aktivitas yang dilakukan manusia untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Jika diartikan secara khusus, istilah usaha dapat diartikan ke dalam banyak makna dan sangat bergantung dengan dimana istilah usaha digunakan. Dibidang bisnis misalnya, usaha biasanya identik dengan aktivitas bisnis. Bisni**s** adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan, pembelian, maupun pertukaran barang/jasa, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba.

Bisnis dengan mendirikan toko distributor buah saat ini telah menunjukkan perkembangan. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya orang yang berjualan buah dengan berbagai jenis. Perkembangan di bidang ini diperngaruhi oleh banyak faktor, yaitu situsi ekonomi indonesia yang semakin membaik dan telah medorong orang untuk memulai usaha baru. Adapun faktor lain yang juga berpengaruh terhadap perkembangan bisnis distributor buah adalah gaya hidup yang sehat, demografi, serta kebiasaan.

Wirausaha membuat suatu toko distributor buah merupakan bentuk usaha yang banyak dicari karena selain sebagai pelengkap bahan pokok empat sehat lima sempurna buah banyak mengandung asupan gizi yang baik dalam. Hal ini membuat persaingan semakin ketat. Hal ini yang menuntut

setiap perusahaan untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi.

Para pengusaha pada umumnya ingin berhasil dalam membangun usaha-usahanya. Untuk mencapai target dari perusahaan adalah dengan kegiatan pemasaran, yaitu proses mengenalkan suatu barang kepada individu maupun kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan untuk menciptakan suatu permintaan dan penawaran dan menukar produk bernilai dengan yang lain.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan mengenai kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi perusahaan adalah masalah mengenai harga. Harga merupakan faktor pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli sutau produk.

Menurut Kotler[1], yang dimaksud dengan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli produk.

---

[1] Philip Kotler dan Amstrong Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* (Jakarta : Erlangga, 2008), hal. 345

Harga merupakan variabel dari pemasaran yang memiliki peran yang cukup dominan dalam penentuan pendapatan perusahaan. Karena harga mencerminkan pendapatan jika dikaitkan dengan jumlah produk yang berhasil dijual oleh perusahaan. Dengan demikian strategi pembentukan harga sangat penting dalam rangka mencapai suatu pendapatan yang dikehendahi oleh perusahaan.

Biasanya para konsumen lebih cenderung memilih harga yang relatife murah, tetapi belum tentu harga murah akan mendapatkan kualitas barang yang kurang baik. Maka, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Jika perusahaan memproduksi produk yang berkualitas baik, pasti akan memberikan keuntungan di bandingkan perusahaan memproduksi produk dengan kualitas yang rendah.

Secara logika pasti para konsumen akan bersedia membeli produk jika harga yang ditawarkan relative murah dengan kualitas produk yang baik. Sehingga dengan membeli produk dengan harga yang murah dan berkualitas baik pasti akan memberikan dampak pada kepuasaan para konsumen. Untuk itu Harga juga mempunyai peranan penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari produk tersebut.

Kualitas produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Yang dimaksud dengan kualitas produk menurut Kotler[2] yaitu kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi

[2] Philip Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran edisi ke13.* (Jakarta : Erlangga, 2009), hal. 143

daya tahan, keandala, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainya. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas baik.

Peningkatan kualitas produk merupakan suatu yang sangat penting bagi suatu perusahaan, dengan demikian produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Apabila kualitas produk meningkat maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen. Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Apabila dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan.

Dari pandangan produsen, produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan dan dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan. Adanya kelengkapan produk dalam sebuah toko juga akan menarik dan menambah minat beli beli konsumen. Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko.

Kualitas pelayanan juga harus di perhatikan, ketika apa yang diinginkan konsumen tidak sesuai maka konsumen tidak akan lagi mengkonsumsi barang tersebut. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan

kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah dari segi kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.[3]

Agar konsumen semakin puas, sebuah perusahaan harus mempunyai strategi untuk dalam memasarkan produknya agar konsumen dapat dipertahankan dan bertambah jumlahnya. Jika konsumen merasa puas maka ia akan melakukan pembelian sebuah produk secara berulang-ulang.

Menurut Kotler[4], Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan

---

[3]Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung:PT. Refika Aditama:2012), hal.83

[4] Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Milenium. (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), hal. 42

terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasikan kesetian pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus menjadi misi utama bagi sebuah perusahaan dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan.

Perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak mengenakan dari konsumen. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.[5]

Dalam saat ini kebutuhan buah-buahan dapat dijadikan sebagai sarana untuk mencari penghasilan, karena konsumsi buah-buahan merupakan salah satu bagian penting dalam mewujudkan gizi seimbang. Buah-buahan merupakan salah satu sumber dari berbagai vitamin, mineral, dan serat pangan. Berdasarkan data Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

[5] Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi, 2002) hal.54

Kota Kediri pada tahun 2017 Sebagai penunjang aktivitas perdagangan, Kota Kediri memiliki 23 buah pasar, 365 buah toko, 6 buah kios dan 27 buah warung.[6] Hal ini menunjukkan bahwa bisnis mengalami perkembangan yang sangat baik dari tahun ketahun mengalami peningkatan terlebih dalam hal perdagangan. Hal tersebut membuat persaingan bisnis di kota kediri sangat ketat. Masing-masing bisnis yang berupa toko buah banyak sekali menyediakan berbagai buah-buahan, kualitas buah yang berbeda-beda, serta pelayanan yang diberikan akan memberikan rasa nyaman dan puas kepada para konsumen. Sehingga akan membedakan antara toko buah lainnya. Pada penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian pada Toko Ba'i Buah yang berada di Pasar Setono Betek Kota Kediri.

Toko Ba'i Buah mempunyai dua toko buah, toko yang pertama ada di dalam Pasar Setono Betek Kota Kediri dan yang kedua ada di Jalan Sam Ratulangi, Setono Pande, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri. Letak Toko Ba'i Buah yang strategis membuat mudah para konsumen untuk menjangkau selain berada di pasar juga terdapat dipinggir jalan sehingga memudahkan konsumen yang enggan masuk ke pasar. Selain letak yang strategis jenis buah yang dijualpun begitu lengkap hampir semua jenis buah lokal maupun impor ada dijual di Toko Ba'i Buah. Toko Ba'i Buah buka setiap hari mulai jam 05.00 WIB – 21.00 WIB. Jumlah pengunjung di Toko Ba'i Buah setiap harinya kurang lebih ada 55 pelanggan, dengan pelanggan yang ada di toko pasar 25 dan toko dipinggir jalan 30.

[6] Badan Pusat Statistik Kota Kediri (Kota Kediri Dalam Angka 2018) hal. 171

**Tabel 1.1**

| Tingkat Kunjungan Toko Ba'i Buah/Bulan Tahun 2018 | | | |
|---|---|---|---|
| **Bulan** | **Jumlah Pengunjung** | **Bulan** | **Jumlah Pengunjung** |
| **Januari** | 1.705 | **Juli** | 1.705 |
| **Februari** | 1.540 | **Agustus** | 1.705 |
| **Maret** | 1.705 | **September** | 1.650 |
| **April** | 1.650 | **Oktober** | 1.705 |
| **Mei** | 1.705 | **November** | 1.650 |
| **Juni** | 1.650 | **Desember** | 1.705 |
| **Jumlah** | | | 20.075 |

*Sumber : Toko Ba'i Buah Kota Kediri*

Dalam menikmati berbelanja, setiap orang memiliki cara yang berbeda. Cara tersebut dapat memilih toko buah yang mudah dijangkau, nyaman dengan pelayanan yang berkualitas dengan harapan konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang untuk berbelanja buah di toko tersebut.

Ketika pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen maka akan berdampak terjadinya pembelian berulang sehingga konsumen akan datang ketempat tersebut. Memberikan pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasaan. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi apa yang diinginkan konsumen maka akan timbul rasa ketidak puasan.

Dengan memberikan harga yang sesuai dan berbagai jenis buah yang lengkap dan berkualitas, serta berbagai fasilitas pelayanan yang nyaman dan mudah dijangkau oleh konsumen maka akan meningkatkan rasa puas pada konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri. Untuk itu penulis akan

membahas lebih jauh mengenai tema ini dengan memilih judul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BA'I BUAH KOTA KEDIRI"**

## B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk, kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri. Identifikasi masalah yang mungkin muncul yaitu :

1. Semakin ketatnya suatu persaingan bisnis yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.
2. Strategi kualitas produk, kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga yang dilakukan oleh Toko Ba'i Buah Kota Kediri untuk mendapatkan konsumen.
3. Besarnya pengaruh kualitas produk, kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasaan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri?
2. Apakah kelengkapan produk signifikan terhadap kepuasaan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasaan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasaan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri?
5. Apakah kualitas produk, kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara silmutan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri?

## D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan diadakan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Menguji Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasaan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri.
2. Untuk Menguji Pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasaan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri.

3. Untuk Menguji Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasaan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri.
4. Untuk Menguji Pengaruh harga terhadap kepuasaan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri.
5. Untuk Menguji Pengaruh kualitas produk, kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasaan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri.

## E. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang perilaku konsumen, khususnya tentang kepuasan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri.

2. Kegunaan Praktis

   a. Bagi Pihak Institusi

      Untuk memperkaya khasanah perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung dan sebagai sarana dalam memahami pengetahuan teoritis yang telah dipelajari dan dapat memberikan bukti secara empiris

   b. Bagi Pihak Akademis

      Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang kegiatan bisnis khususnya terhadap kepuasan konsumen.

Oleh karena itu penelitian ini diharapkan mampu menyediakan refernsi baru tentang kepuasan konsumen

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat melalui analisis yang dipaparkan pada pihak-pihak yang bersangkutan tentang kepuasan konsumen. Melalui penelitian ini diharapkan para pengusaha dan masyarakatpada umumnya memiliki bahan bacaan dan diskusi yang bisa menambah wawasan tentang meningkatkan kepuasan konsumen.

## F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Variabel yang digunakan terdiri dari empat variabel yaitu :
   a. Variabel bebas meliputi: Kualitas Produk (X1), Kelengkapan Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), Harga (X4)
   b. Satu variabel terikat, (Y) adalah Kepuasan Konsumen.
2. Keterbatasan
   a. Indikator kualitas produk secara teori ada delapan. Peneliti hanya menggunakan tiga yaitu *estetica, features,* dan *perceived quality*
   b. Indikator pada kelengkapan produk secara teori ada empat. Peneliti hanya menggunakan tiga yaitu keragaman produk yang dijual, variasi produk yang dijual, dan ketersediaan produk yang dijual.

c. Indikator harga secara teori ada 4. Peneliti hanya menggunakan tiga yaitu keterjangkauan harga, harga bersaing dan kesesuaian harga dengan kualitas

## G. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa secara keseluruhan yang berpusat pada kemampuan produk atau jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah dinyatakan atau tersirat.[7]

b. Kelengkapan Produk (X2)

Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko.[8]

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

---

[7] Ricky W. Griffin. *Manajemen edisi ke 7 jilid 2*. (Jakarta : Erlangga, 2002), hal. 208
[8] Hendri Ma'ruf. *Pemasaran Ritel.*(Jakarta : Gramedia, 2005), hal. 135

d. Harga (X4)

Harga adalah sejumlah nilai (dalam bentuk mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa.[9]

e. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.[10]

**2. Definisi Operasional**

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh kualitas produk, kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Ba'i Buah Kota Kediri. Pada penelitian, obyek yang diteliti terdiri dari 4 Variabel independen dan 1 variabel dependen. Yang mana X 1 adalah kualitas produk, X 2 adalah kelengkapan produk, X 3 adalah kualitas pelayanan dan X 4 adalah harga dan Y adalah kepuasan konsumen.

## H. Sistematika Pembahasan Skripsi

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika pembahasan skripsi disajikan dalam 6 (enam) bab, dan setiap babnya terdapat sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut. sehingga sistematika pembahasannya sebagai berikut:

---

[9] Kasmir, *Kewirausahaan*.(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 175.

[10] Herlina, *Analisis Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen*, Vol.13 No.2 (Isu Teknologi Stt Mandala, Desember 2018) hal. 112

| | |
|---|---|
| BAB I | Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi. |
| BAB II | Landasan Teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti Pemasaran, Kualitas Produk, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen. Penelitian terdahulu sebagai pembandung dalam penelitian ini, kerangka berfikir penelitian dan hipotesis penelitian dibagian akhir bab. |
| BAB III | Metode Penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian serta analisis data. |
| BAB IV | Hasil Penelitian, deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian. |
| BAB V | Pembahasan, dalam penelitian ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti, jumlah dari pembahasan ini sama dengan jumlah hipotesis yang diteliti. |
| BAB VI | Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan, implikasi penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan. |