

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Seperti yang kita ketahui bahwa manusia memiliki kebutuhan yang beraneka ragam. Kebutuhan masyarakat yang sangat beragam tersebut diimbangi dengan munculnya berbagai perusahaan yang memproduksi barang dan jasa, sehingga sekarang ini banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam jenis usaha yang sama.

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya pendatang baru yang memasuki pasar dengan berbagai strategi yang digunakan demi menarik konsumen sebanyak mungkin. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya berusaha mendapatkan konsumen yang baru tetapi juga berusaha keras untuk mempertahankan pelanggan yang telah mereka dapatkan. Dalam persaingan memasarkan produk dengan tujuan menciptakan pelanggan, perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik.

Untuk sarana pemenuhan kebutuhan sekarang ini, seperti makanan, pakaian, kecantikan, serta kebutuhan lainnya merupakan pemenuhan yang sangat diperlukan untuk kebutuhan sehari-harinya. Pada tanggal 27 Juli 2011, Al-Muslim Mart mulai didirikan yang beralamat di Jl. Perintis Kemerdekaan No.164, Kelurahan Karsamenak, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya. Al-Muslim Mart pertama didirikan oleh salah satu pengusaha lokal yaitu Bapak. H. Muslim Sanusi, yang bertujuan untuk memajukan perekonomian warga

sekitar Al-Muslim Mart dan menyaingi usaha sejenis yang bertaraf nasional. Al-Muslim Mart yang berani tampil beda dengan konsep melayani masyarakat kelas menengah ke bawah, mampu menjadi pusat perbelanjaan idola bagi masyarakat, khususnya masyarakat yang berada di Kawalu.

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan “Al-Muslim Mart” Tahun 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Transaksi</b>
Januari	21.852
Februari	19.668
Maret	22.845
April	23.849
Mei	26.557
Juni	21.735
Juli	23.285
Agustus	21.837
September	21.672
Oktober	22.366
November	21.578
Desember	23.659

Sumber: Kantor Al-Muslim Mart 2021

Data pada Tabel 1.1 merupakan data transaksi di Al-Muslim Mart pada tahun 2021. Maka dari itu menunjukkan bahwa data transaksi pada bulan Januari dan Februari 2021 mengalami penurunan dari 21.852 menjadi 19.668.

Sedangkan pada bulan Maret sampai Desember rata-rata tingkat penjualannya cenderung berfluktuasi. Salah satu cara guna memenangkan persaingan bisnis perusahaan di bidang barang dan jasa yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang dimilikinya.

Kotler dan Keller (2007) menyatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kotler (2002) menyatakan bahwa kepuasan konsumen terjadi dari hasil yang dirasakan oleh pembeli atas kerja perusahaan yang dapat memenuhi harapan mereka, mereka puas bila harapannya dipenuhi dan menjadi sangat senang apabila mendapatkan lebih dari hal yang mereka harapkan.

Perusahaan yang memberikan harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang baik, keaneka ragaman produk yang ada, dan lokasi yang strategis bisa memenuhi standar kepuasan konsumen. Untuk itu perusahaan dapat menarik perhatian konsumen agar konsumen tidak beralih ke perusahaan lain sehingga perusahaan dapat memenangkan persaingan bisnisnya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh harga. Menurut Kotler, (2013:67) Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga di Al-Muslim Mart dapat dikatakan lebih murah dibanding dengan store yang lainnya. Selain harga nya yang terjangkau Al-Muslim juga sering mengadakan banyak promo atau diskon harga pada produk tertentu.

Kesuksesan dunia bisnis sangat bergantung pada kepuasan konsumen. Pada umumnya bisnis ini selalu melakukan cara-cara terbaik untuk memuaskan konsumen dengan menetapkan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik dan ramah. Selain harga, kualitas pelayanan pun menjadi elemen paling penting agar bisnis ini dapat bertahan dan terus berkembang. Kualitas pelayanan dapat dilihat berdasarkan persepsi konsumen. Untuk meliha persepsi konsumen, pengusaha harus menetapkan beberapa pendekatan dalam kualitas pelayanan seperti *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *Responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan).

Selain itu, kepuasan konsumen juga bisa disebabkan oleh faktor varian produk atau keaneka ragaman produk bukan hal baru dalam dunia pemasaran, dimana strategi ini banyak digunakan oleh praktisi-praktisi pemasaran di dalam aktivitas peluncuran produknya. Menurut Kotler & Amstrong (2008: 15) menyatakan bahwa Variasi Produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjualan tertentu kepada konsumen. Dari hasil survei yang sudah penulis lakukan kepada salah satu konsumen Al-Muslim Mart menyatakan bahwa variasi atau varian produk merupakan daya tarik bagi

konsumen. Varian produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti fenomena yang terjadi di Al-Muslim Mart yang menyediakan berbagai produk dari mulai kebutuhan sehari-hari, makanan, mainan anak, kecantikan, dan pakaian mengakibatkan banyak konsumen yang tertarik dan penasaran. Hal tersebut memicu kehadiran konsumen untuk berbelanja di Al-Muslim Mart.

Selain harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang baik, serta varian produk yang beragam, pemilihan tempat juga menjadi faktor terpenting dalam menjalankan usaha bisnis (Kurniawan, 2014:49). Place adalah tempat dimana kita menentukan letak usaha kita. Dilihat dari segi lokasi, Al-Muslim Mart tidak terletak di pusat kota. Tetapi letak lokasi nya cukup strategis karena terletak di arah menuju pusat kota dan terletak juga di samping Masjid Jami Al-Furqon yang dulunya sering dipakai titik kumpul manasik bimbingan Haji. Lokasi nya mudah dikunjungi karena dilewati angkutan umum, terdapat parkir yang cukup luas. Selain itu Al-Muslim Mart juga menyediakan beberapa jenis mesin ATM untuk mempermudah konsumen yang kebetulan ingin mengambil uang, itu juga menjadi salah satu daya tarik konsumen dan masyarakat untuk berkunjung dan berbelanja di Al-Muslim Mart.

Dari faktor harga, kualitas pelayanan, varian produk, dan lokasi berpengaruh pada kepuasan konsumen, maka Al-Muslim Mart bisa dijadikan salah satu objek penelitian. Al-Muslim Mart adalah salah satu perusahaan Mini Mart yang menjual berbagai kebutuhan pokok masyarakat yang beragam produk. Dimulai dari makanan, pakaian, kecantikan, fasilitas main anak, serta kebutuhan pokok lainnya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan, varian produk, dan lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Al-Muslim Mart.?
2. Bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan, varian produk, dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di Al-Muslim Mart.?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, varian produk, dan lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Al-Muslim Mart.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, varian produk, dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di Al-Muslim Mart.

## **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai tambahan wawasan bagi penulis untuk mengetahui lebih dalam tentang pengaruh kepuasan konsumen di Al-Muslim Mart.
2. Sebagai masukan dari para konsumen khususnya untuk perusahaan Al-Muslim Mart dalam upaya meningkatkan penjualan.

## 1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

### 1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Al-Muslim Mart yang berada di Jl. Perintis Kemerdekaan No.164, Kelurahan Karsamenak, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya.

### 1.5.2 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian ini dibuat dengan tujuan agar penelitian ini mampu menyelesaikan dengan matriks yang dibuat oleh peneliti dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Varian Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Al-Muslim Mart (survey dilakuka pada konsumen Al-Muslim Mart)”.

**Tabel 1.2**  
**Jadwal Penelitian**

No.	Kegiatan	Bulan/Tahun 2021/2022																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■																						
2	Penyusunan Usulan Penelitian			■	■	■	■	■	■																
3	Pengumpulan Data											■	■	■											
4	Sidang Usulan Penelitian															■									
5	Revisi Usulan Penelitian															■	■								
6	Analisis Data																	■	■	■	■				
7	Penulisan Bab IV dan V																					■	■	■	■
8	Sidang Komprehensif																							■	
9	Revisi Skripsi																							■	■