

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis sektor riil sudah mulai dikembangkan setelah terpuruknya sektor ekonomi pada saat krisis yang dimulai tahun 1998. Perkembangan ini merupakan peluang tersendiri bagi pelaku bisnis. Di lain pihak persaingan disektor riil ini cukup ketat, karena saat ini informasi barang dan jasa berkembang sangat pesat. Dalam usahanya menembus pasar, dan memperluas pasar baru antar pengusaha saling berlomba untuk menarik konsumen. Agar tujuan perusahaan dalam meraih tingkat keuntungan tertentu bisa tercapai, maka perusahaan harus berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan konsumen. Dengan demikian pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan karena pemasaran berhubungan langsung dengan konsumen.

Saat ini konsumen tidak hanya berperan sebagai pembeli tetapi konsumen telah mampu untuk memilih dan menilai yang mereka butuhkan. Untuk melakukan suatu pembelian, konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor-faktor tersebut terdiri dari faktor internal (produk, harga, pelayanan, pendapatan, lokasi, promosi) dan faktor eksternal (budaya, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi).

Hal-hal yang membuat konsumen puas dalam pemenuhan kebutuhan mereka pada saat pembelian pada sebuah toko adalah terdapatnya bermacam-

melaka bnda saat pcrpctmja bnda kornar toko utjrm rctqrbmja pcrpctm-

Haj-haj yang mcmprag kngsmcn bngs dajam bcmcmprcn kornarmcn
kctombrk zozaj' kctombrk rctrcnagj)

bndqrbmja' jkzaj' brcmogaj) dan jkrtor ckrctmja (pndqlyaj' kctajz zozaj'
faktcr-jkrtor rctrcnag rctqrm dan jkrtor jntcmja (brctmja' rctqlyaj' bcrlycmcn'
pntuk mctaktkmja smpcn bcmprctmja' kngsmcn qrbcmprcmja' ojar pntulyaj' jkrtor
kngsmcn rctm jmmbr pntuk mcmjrr dan mcmjaj' yang mclakc pntukcm'

zaj' jui kngsmcn jkqk pntulyaj' rctrcnag zcrqbj' bcmpraj' rctmja'
pctmrrmcmcn jcmgcmcn' dcmgcn kngsmcn'

zmbaj' bcmprag dajam mcmjaj'cmcn' kcrctmraj'cmcn bcmgcmrcn kctcm bcmgcmrcn
kctmrcn kngsmcn. Dcmgcn dcmjckmja bcmgcmrcn mclmbrkcm kctmrcn yang
pctz rctrcnag' mckz bcmgcmrcn pntuz pcrctmrcn' bnda kcrctmrcn dan
kngsmcn' ybj' mcmcn bcmgcmrcn dajam mclmbr' pntuk' kcmjcmrcn rctrcnag
mcmbrctmrcn' bnda pntuz smpcn bcmgcmrcn' zmbaj' pcrctmrcn' pntuk' mcmjck
dan jkzaj' pcrctmrcn'cmcn' zmbaj' bnda. Dajam mcmjaj'cmcn' bnda' dan
bjmck bcmgcmrcn' qrcctmrcn' jui jui cmjck kctm' kctcm' zaj' jui jntcmja' pcrctmrcn'
pctmrrmcmcn' jui mclmbrkcm bclmncn' rctrcnag' pntuz' bclmrcn' pntuz'. Di jcm
rctrcnag'cmcn' scctor ckrctmrcn' bnda zaj' kctm' yang dcmjaj' rctm' 1998'

pctmrrmcmcn' pntuz' scctor' jui cmjck mcmjaj' qrcctmrcn'cmcn' scctmrcn'

A. Latar Belakang Penelitian

PENDAHULUAN

BAB I

macam produk di toko tersebut sehingga konsumen tidak perlu mencari produk yang dibutuhkannya ditempat lain atau dapat dikatakan toko tersebut mempunyai macam produk yang lengkap sehingga konsumen yang datang dapat memperoleh semua produk yang diperlukannya. Hal ini sudah membantu konsumen untuk menghemat waktu mereka dalam berbelanja.

Kualitas produk juga harus diperhatikan karena pada umumnya konsumen akan memperhitungkan kualitas produk yang dibelinya. Mampukah kualitas produk yang dibelinya tersebut memberikan kepuasan yang lebih tinggi bagi konsumen karena mereka telah mengeluarkan biaya untuk mendapatkannya.

Harga yang diberikan harus sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen dari produk yang mereka beli. Konsumen pasti akan mencari harga yang semurah mungkin untuk produk yang dibutuhkannya dengan kualitas yang tinggi. Harga biasanya menjadi prioritas utama bagi konsumen dalam pembelian suatu produk. Jika harga terlalu mahal sedangkan kualitas yang didapatkan sama dengan yang berharga murah, konsumen akan dengan mudah akan berpindah toko untuk mendapatkan harga yang lebih murah tersebut.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan mampu memberikan kepuasan bagi konsumen yang berbelanja. Pelayanan yang baik dan ramah serta selalu tanggap akan membuat konsumen merasa puas dan akan berbelanja kembali

Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau konsumen juga akan membuat konsumen merasa puas karena konsumen akan merasa lebih mudah dan nyaman untuk berbelanja.

Kota Purworejo saat ini dipenuhi dengan banyaknya toko swalayan, sehingga hampir diseluruh pelosok kota Purworejo akan sangat mudah bagi konsumen untuk memperoleh kebutuhannya sehari-hari yang tersedia dipasar swalayan. Beberapa swalayan menerapkan sistem bersaing dengan tujuan untuk menjaring pangsa pasar yang seluas-luasnya. Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi para pemilik toko swalayan tersebut. Mereka harus bersaing ketat untuk menguasai pangsa pasar yang ada. Syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan, salah satunya dengan cara menciptakan kepuasan bagi konsumen yang berbelanja ditoko swalayan.

Sebagai salah satu swalayan di kota Purworejo, swalayan "JODO" dituntut untuk mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen. Tugas ini cukup berat dilaksanakan karena harus memahami hal-hal yang menjadi keinginan konsumen, di samping itu mereka harus menghadapi persaingan dengan para pesaingnya yang ingin merebut pelanggan dan menguasai pangsa pasar. Banyak toko yang memasarkan suatu produk baru pada awalnya menetapkan harga tinggi untuk mendapatkan pendapatan lapis demi lapis dari pasar. Meraup pasar hanya masuk akal dalam beberapa kondisi tertentu. Pertama, mutu dan citra produk harus mendukung harga yang lebih tinggi dan

cukup banyak pembeli yang bersedia membeli produk tadi dengan harga yang ditawarkan. Kedua, biaya untuk memasarkan suatu produk dalam volume lebih kecil tidak boleh terlalu tinggi sehingga menghapus keuntungan menaikkan harga. Akhirnya, pesaing tidak dapat memasuki pasar dengan mudah dan memotong harga yang tinggi. Agar dapat memuaskan konsumen yang berbelanja di swalayannya, pihak swalayan "JODO" diharapkan mampu mengetahui dan mempelajari berbagai faktor yang dapat menciptakan kepuasan konsumen. Penulis tertarik melakukan penelitian tersebut karena melihat perkembangan dunia usaha sektor riil yang semakin berkembang di wilayah kabupaten Purworejo. Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang akan dituangkan kedalam bentuk laporan yang berjudul **"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DI SWALAYAN JODO PURWOREJO"**.

B. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, penulis membatasi permasalahan penelitian. Hal ini dimaksudkan agar penelitian menjadi lebih terarah. Adapun yang menjadi batasan masalahnya adalah :

1. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang berbelanja atau yang pernah berbelanja di swalayan JODO
2. Faktor-faktor yang menjadi perhatian penulis adalah harga produk

C. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh faktor-faktor yang terdiri dari harga, produk, pelayanan, lokasi terhadap kepuasan konsumen?
2. Diantara variabel (harga, produk, pelayanan, lokasi) manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh faktor-faktor (harga, produk, pelayanan, lokasi) terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk mengidentifikasi variabel (harga, produk, pelayanan, lokasi) yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dan dapat secara langsung mempraktekkan ilmu yang diperoleh itu. Bagi penulis hal ini merupakan tahap awal sebelum memasuki dunia kerja yang penuh dengan tantangan.

Penulis bisa mengetahui keadaan yang nyata dan sebenarnya tentang

perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, pemenuhan kebutuhan dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengetahui kepuasan konsumen yang berbelanja di swalayan Jodo dan atribut-atribut yang mendukung usaha ini sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih baik lagi pada masa yang akan datang dalam mengambil keputusannya.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi dan