

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan pada pasar bisnis semakin ketat, terutama di sektor ritel. Toko klontong, sebagai salah satu bentuk bisnis ritel tradisional, berusaha untuk tetap relevan dan mempertahankan keberlanjutan operasionalnya di tengah dinamika pasar yang terus berubah. Perkembangan ekonomi dan perubahan gaya hidup telah memberikan dampak signifikan terhadap pola belanja konsumen, terutama di wilayah perkotaan. Toko klontong memegang peran penting dalam menyediakan barang kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat, termasuk di Kota Banyuwangi. Kota Banyuwangi, sebagai kawasan yang terus berkembang, mengalami perubahan dalam struktur ekonomi dan demografi. Kondisi ini dapat berdampak pada preferensi dan perilaku konsumen dalam memilih tempat belanja.

Dengan melihat dinamika yang terjadi pada toko kelontong, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks perubahan ekonomi dan gaya hidup. Kepuasan konsumen menjadi indikator kunci dalam menentukan keberlanjutan bisnis toko kelontong, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam hal ini, aspek-aspek seperti harga, nilai produk, dan pengalaman belanja konsumen memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumen terhadap toko kelontong sebagai pilihan tempat berbelanja. Oleh karena itu, pemahaman mengenai hubungan antara perubahan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing toko kelontong di Kota Banyuwangi maupun wilayah lainnya.

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Armstrong, 2018). Kepuasan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa dipengaruhi oleh harga

(Kristanti, 2018). Daya tarik produk atau jasa tidak dapat dipisahkan dari faktor-faktor seperti waktu, upaya perilaku, dan nilai yang semuanya berpengaruh pada penetapan harga. Jumlah dari nilai yang akan ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Sianipar, 2019). Kepuasan dapat dikatakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2014). Jadi kepuasan merupakan kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa yang diberikan.

Harga dapat dikatakan sebagai sebuah satuan uang ataupun aspek lain yang memiliki manfaat yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk barang maupun jasa. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2018). Harga dapat juga dikatakan sebagai satuan moneter yang ditukarkan agar memperoleh hak atas penggunaan suatu barang (Tjiptono, 2012). Jika pemberian harga tidak cocok di pasaran akan mengakibatkan kebangkrutan. Bagi perusahaan penetapan harga untuk sebuah produk harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan suatu pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian karena harga mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk yang ditawarkan (Taufik, 2015).

Kualitas produk mendapatkan peran penting karena produk yang telah dibuat akan menjadi cermin dalam kemampuan memenuhi kebutuhan serta memuaskan keinginan dari seorang pembeli (Kotler, 2013). Kualitas produk merupakan bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. “Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat pada suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil dimaksudkan” (Assauri, 2015). Kualitas produk merupakan sebuah penentu pemasaran yang penting.

Kualitas sangat memiliki pengaruh terhadap nilai dan kepuasan dari pelanggan (Kotler & Armstrong, 2018).

Keputusan pembelian merupakan proses seorang konsumen mempertimbangkan membeli atau tidaknya suatu barang yang telah dibuat oleh perusahaan (Napik et al, 2018). Keputusan pembelian dapat juga dikatakan sebagai kegiatan individu dalam mendapatkan dan akan menggunakan barang. Keputusan pembelian konsumen yang tinggi mengakibatkan tingginya penjualan sehingga keuntungan yang akan didapat juga tinggi (Listyorini et al., 2012). Perusahaan yang mempunyai strategi pemasaran yang tepat, akan membuat perusahaan mempunyai arah dan tujuan yang tepat, sehingga dapat membuat keputusan pembelian konsumen untuk membeli semakin meningkat (Ismayana & Hayati, 2018). Keputusan pembelian konsumen menjadi fokus dalam menentukan eksistensi perusahaan.

Toko Bintang Mas didirikan pada tahun 2000, merupakan salah satu toko klontong di Kota Banyuwangi. Toko Bintang Mas terletak di Jalan Bengawan Gang Cempaka No. 4. Dengan dedikasi terhadap pelayanan pelanggan dan komitmen terhadap kualitas produk, toko ini telah menjadi tujuan utama bagi masyarakat setempat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Toko Bintang Mas menawarkan beragam produk dan layanan, termasuk namun tidak terbatas pada: Berbagai kebutuhan pokok, makanan kering, produk segar, dan produk pangan lokal. Barang-barang kebutuhan sehari-hari, seperti produk pembersih, perlengkapan rumah tangga, dan lainnya. Barang-barang keperluan rumah tangga dan dekorasi. Toko Bintang Mas berkomitmen untuk menyediakan produk berkualitas tinggi dengan harga yang bersaing.

Berikut adalah ulasan tentang konsumen yang merasakan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen:

Tabel 1.1 Tabel Ulasan Konsumen Terkait Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen

No	Nama Konsumen	Ulasan Terkait Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen
1	Alfilla Rizky	Saya sangat merekomendasikan Toko Bintang Mas kepada semua orang di Kota Banyuwangi. Keputusan saya untuk tetap berbelanja di sana tidak hanya didasarkan pada faktor harga dan kualitas produk, tetapi juga pada pengalaman belanja yang positif dan kepuasan saya sebagai konsumen. Terima kasih, Toko Bintang Mas!
2	Fitri Ayu	Keputusan saya untuk kembali berbelanja di Toko Bintang Mas tidak hanya karena faktor-faktor produk, tetapi juga karena atmosfer dan pengalaman belanja secara keseluruhan. Saya merasa dihargai sebagai pelanggan dan saya yakin akan menjadi langganan setia mereka di masa depan.
3	Muhammad Aldi	Toko Bintang Mas tidak hanya menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari saya, tetapi juga menciptakan lingkungan belanja yang menarik, inovatif, dan ramah lingkungan. Keputusan saya untuk terus berbelanja di sini didasarkan pada kombinasi dari semua faktor ini.
4	Deryn Asril	Keputusan saya untuk berbelanja di Toko Bintang Mas tidak hanya didasarkan pada aspek-aspek produk, tetapi juga pada hubungan pelanggan yang baik, program loyalitas yang menarik, kebersihan toko, dan kontribusi positif mereka pada komunitas. Saya sangat merekomendasikan toko ini kepada semua orang di sekitar Banyuwangi.
5	Rachmat Putra	Toko Bintang Mas telah berhasil menciptakan lingkungan berbelanja yang modern, ramah pelanggan, dan terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Keputusan saya untuk tetap berbelanja di sini didorong oleh kemudahan pembayaran, program diskon tambahan, pengelolaan persediaan yang efisien, dukungan pelanggan yang responsif, dan keterlibatan aktif dalam media sosial.

Sumber: Ulasan Google Maps dari Konsumen Toko Bintang Mas di Kota Banyuwangi, diakses Januari 2024

Secara keseluruhan pada tabel 1.1, Toko Bintang Mas di Kota Banyuwangi berhasil menciptakan kombinasi faktor-faktor ini, yang bersama-sama memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Kesimpulan dari ulasan

konsumen menunjukkan bahwa keputusan pembelian dan kepuasan konsumen tidak hanya bergantung pada aspek harga dan kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor pelayanan pelanggan, inovasi, keterlibatan sosial, dan penggunaan teknologi.

Kebijakan harga yang bersaing atau adanya penawaran khusus, diskon, atau paket promo dapat menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Harga yang terjangkau atau penawaran khusus dapat menarik konsumen yang mencari nilai ekonomis. Pemeliharaan dan peningkatan kualitas produk yang konsisten dapat membuat konsumen merasa puas dan percaya diri dalam berbelanja. Produk yang bermutu tinggi sering kali menjadi daya tarik utama bagi pelanggan setia dan menciptakan rekomendasi positif. Hal ini menjadi faktor meningkatnya jumlah konsumen pada Toko Bintang Mas di Kota Banyuwangi. Berbagai keluhan bermunculan dari para konsumen yang tingkat kepuasannya tidak terpenuhi saat berbelanja ke Toko ini.

Berikut adalah keluhan dari para konsumen yang berbelanja di Toko Bintang Mas Banyuwangi:

Tabel 1.2 Keluhan dari Para Konsumen Toko Bintang Mas di Kota Banyuwangi

No	Keluhan Konsumen
1	Saya merasa bahwa stok produk yang tersedia kurang memadai. Beberapa produk yang biasanya saya beli di toko ini tidak tersedia, dan staf di sana tidak memberikan informasi yang memadai tentang kapan produk tersebut akan kembali tersedia. Ini membuat saya merasa sedikit kecewa karena saya harus mencari alternatif di tempat lain. Terima kasih atas perhatian Anda terhadap keluhan saya.
2	Saya menemukan bahwa beberapa produk yang saya beli memiliki tanggal kedaluwarsa yang mendekati. Hal ini memicu kekhawatiran terkait kualitas dan keamanan produk. Saya berharap agar Toko Bintang Mas dapat meningkatkan pengawasan tanggal kedaluwarsa produk di rak. Terima kasih atas perhatian Anda.
3	Saya ingin menyampaikan bahwa saya mengharapkan lebih banyak variasi produk yang tersedia di toko. Beberapa produk tampaknya tidak diperbarui secara teratur, dan keberagaman produk masih kurang dibandingkan dengan toko sejenis. Terima kasih atas perhatian Anda.

No	Keluhan Konsumen
4	Saya ingin mengutarakan keluhan terkait sistem pelayanan. Beberapa kali, saya mengalami antrian panjang karena proses transaksi di kasir terasa lambat. Hal ini menciptakan ketidaknyamanan, terutama saat jam-jam sibuk. Saya berharap ada perbaikan atau peningkatan dalam efisiensi sistem kasir. Terima kasih atas perhatian Anda.
5	Saya ingin mengutarakan keluhan terkait suhu di dalam toko. Beberapa bagian toko terasa kurang nyaman karena suhu ruangan terlalu dingin. Pengaturan suhu yang lebih baik dapat menciptakan lingkungan berbelanja yang lebih menyenangkan.

Sumber: Ulasan Google Maps dari Konsumen Toko Bintang Mas di Kota Banyuwangi, diakses Januari 2024

Beberapa bukti empiris yang memiliki kemiripan atau kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan diantaranya yang dilakukan oleh Rosyidi, dkk (2023), yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Fadhilah, dkk (2022), yang menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui variabel keputusan pembeli sebagai variabel intervening pada konsumen Alfamart. Zubairi, dkk (2022), yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian. Mardatih & Silitonga (2022), yang menyatakan bahwa kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

Peneliti Tirtayasa, dkk (2021), yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian. Hermawan, dkk (2023), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. Sulastri (2019), yang menyatakan bahwa keputusan pembelian memiliki efek positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Beberapa *research gap* yang berbanding terbalik dengan penelitian yang akan dilakukan diantaranya yang dilakukan oleh Asti & Ayuningtyas

(2020), yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Oto Bento Villa Nusa Indah. Fariqoh & Trihudiyatmanto (2019), yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pembelian online dengan keputusan pembelian online sebagai variabel mediasi. Putra & Wimba (2021), yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Garoda (2021), yang menyatakan bahwa harga dan promosi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian Pada Toko Bintang Mas Di Kota Banyuwangi”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana tanggapan konsumen tentang harga, kualitas produk, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen pada Toko Bintang Mas di Kota Banyuwangi?
- 2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- 3) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- 4) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
- 5) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
- 6) Apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- 7) Apakah keputusan pembelian memediasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen?
- 8) Apakah keputusan pembelian memediasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mendeskripsikan tanggapan konsumen tentang harga, kualitas produk, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen pada Toko Bintang Mas di Kota Banyuwangi.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
- 4) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
- 5) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- 6) Untuk menganalisis pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen.
- 7) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi.
- 8) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dimediasi oleh keputusan pembelian. Khususnya dalam bidang usaha ritel tradisional berupa toko klontong. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mendalam tentang peran mediasi keputusan pembelian dalam hubungannya dengan faktor-faktor eksternal seperti harga dan kualitas produk. Ini dapat memberikan kontribusi pada literatur mengenai model perilaku konsumen.

- 2) **Manfaat Praktis**

Data hasil penelitian dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Toko dapat menggunakan informasi ini untuk membuat keputusan bisnis yang lebih strategis dan efisien, termasuk kebijakan harga.