BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan pasar yang sangat ketat di dalam dunia bisnis memberikan tuntutan bagi pemasar yaitu harus mampu memasarkan dengan baik agar bisa membuat pelanggan tertarik dan puas terhadap produk yang diberikan. Menurut Buchari & Priansa (2016) kegiatan pemasaran memerlukan konsep mendasar pemasaran yang sesuai dengan kepentingan pemasar serta keinginan dan kebutuhan pelanggan. Penjualan merupakan kegiatan dalam pemasaran yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan akan tercapai apabila sesuai dengan yang direncanakan.

Menurut Anwardin et al. (2021) pengusaha harus dapat mempertahankan usahanya dengan tuntutan meningkatkan daya saingnya sehingga tidak kalah dengan perusahaan lain agar bisa mempertahankan pelanggan atau menarik pelanggan baru, dalam persaingan harga maupun kualitas pelayanan. Perusahaan harus bisa menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk menarik pelanggan sesuai dengan kondisi pasar yang ada. Menerapkan periklanan maupun peragaan, melakukan aktivitas pemasaran lain seperti promosi untuk memengaruhi pelanggan agar mau membeli produk yang ditawarkan.

Kepuasan pelanggan sangat penting sehingga perusahaan harus menjadikan kepuasan pelanggan sebagai fokus dan tujuan utama dalam pencapaian (Zakiy, 2019). Perusahaan dalam mewujudkan profitabilitas dengan memuaskan pelanggan

yang menjadi salah satu tujuan perusahaan, karena ketidak puasan pelanggan akan berpengaruh dalam pembelian. Pelanggan akan membelanjakan uang mereka di perusahaan lain yang menurut mereka lebih memuaskan dan memberikan produk sesuai dengan kebutuhan mereka. Kepuasan pelanggan memberikan dampak kepada keberlanjutan usaha.

Pelanggan memenuhi kebutuhan mereka dengan tuntutan mutu dan keragaman produk yang tinggi dengan harga terjangkau serta pelayanan yang baik. Hal ini menuntut para pengusaha untuk memberikan nilai lebih pada produk yang ditawarkan agar bisa menarik para pelanggan. Toko yang memiliki keragaman produk atau memiliki banyak item pilihan dalam masing-masing kategori produk bisa dikatakan toko tersebut mempunyai kedalaman yang baik (Yuwono & Yuwana, 2017). Penyampaian produk dan jasa yang berkualitas merupakan salah satu nilai dalam memuaskan pelanggan yang menjadi kunci utama perusahaan agar memenangkan persaingan dalam bisnis. Sesuai dengan Zakiy (2019) yang mengatakan jika karyawan memberikan layanan dengan baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan serta dapat menghindari *switching behavior*.

Selain memberikan pelayanan yang baik, citra toko juga mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas produk yang ditawarkan (Santikayasa & Santika, 2018). Perusahaan memberikan suasana yang baik dan berbeda dengan pesaing untuk menjaga dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Citra toko yang baik mempunyai tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan (Darmawan et al., 2020). Menurut Anwardin et al. (2021) daya saing adalah penopang eksistensi perusahaan untuk tetap berdiri secara berkelanjutan diera

persaingan dengan perusahaan yang sudah lama ada maupun perusahaan-perusahaan baru yang muncul.

Perubahan iklim yang terjadi di Indonesia mulai dari musim hujan hingga musim kemarau membuat petani kewalahan dalam mengurus sawahnya. Saat musim kemarau para petani mengairi sawahnya menggunakan mesin diesel yang memompa air dari sumber air kemudian dialirkan ke sawah melalui selang. Petani di desa tetap mengeluh kekurangan air meskipun sudah datang musim hujan, karena tanaman mereka yang harus terus menerus membutuhkan air salah satunya adalah tanaman padi. Hal ini membuat para petani harus menggunakan mesin diesel secara terus menerus untuk pengairan atau membuang air ketika banjir di kubangan sawah.

Peluang usaha yang merupakan inovasi dalam memecahkan masalah dengan melihat kesempatan yang ada, maka untuk membuka usaha dalam bisnis diesel sangat besar, karena bisa dilihat dari banyaknya penggunaan mesin diesel pada berbagai bidang usaha lain. Kota Blitar dan Tulungagung sendiri merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki potensi tinggi sebagai lahan pertanian. Dengan tingginya hal tersebut, dapat menunjukkan tingginya permintaaan terkait mesin diesel yang dibutuhkan dalam megelola pertanian. Berikut merupakan data terkait persebaran usaha Diesel di Wilayah Blitar dan Tulungagung pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1

Persebaran Usaha Diesel di Wilayah Blitar dan Tulungagung

No	Nama Toko	Alamat Toko
1.	UD. Surabaya Makmur Diesel	Jl. Yos Sudarso No. 47, Tamanan, Karangwaru, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung
2.	Jaya Agung Diesel dan Service	Jl. Dr. Sutomo No. 21, Tertek, Kec. Tulungagung, kabupaten Tulungagung
3.	Sumber Diesel	Jl. Raya Wonorejo N0. 103, Wonorejo, Kec. Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung
4.	Sinar Agung	Jl. Bali N0. 207, Karangtengah, Kec. Sananwetan, Kota Blitar
5.	Sinar Mas Teknik	Jl. Basuki Rahmat No. 72, Kampungdalem, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung
6.	UD. Cahaya Diesel	Jl. Kaliboto-Wonodadi, Dusun 8, Kaliboto, Kec. Wonodadi, Kabupaten Blitar
7.	Kaliwungu Jaya Diesel	Jl. Raya Blitar No. 183C, Gilang, Kaliwungu, Kec. Ngunut, Kabupaten Tulungagung
8.	CV. Jaya Agung	Jl. Raya Blitar N0. 12, Gilang, Kaliwungu, Kec. Ngunut, Kabupaten Tulungagung
9.	UD. Honda Diesel	Jl. Tanjung N0. 41, Turi, Kec. Sukorejo, Kota Blitar
10.	Toko Diesel Rejo Mulyo	Jl. Raya Wlingi-Karangkates, Kesamben, Siraman, Kec. Kesamben, Kab. Blitar

Sumber : Http://www.google.co.id (data toko diesel Wilayah Blitar dan Tulungagung)

Berdasarkan data yang ditunjukan pada tabel di atas dijelaskan bahwa usaha dalam bidang diesel di Wilayah Blitar maupun Tulungagung sangat banyak. Salah satunya adalah toko UD. Cahaya Diesel yang merupakan toko penjualan dan layanan service diesel. Banyaknya bisnis diesel di Wilayah Blitar membuat setiap toko harus mempunyai strategi untuk memenangkan pasar yang ada. Toko UD. Cahaya Diesel harus bisa bersaing dengan para pesaingnya. Strategi yang diunggulkan oleh toko ini adalah dengan memberikan produk yang beragam dan juga kualitas pelayanan yang baik. Strategi tersebut diharapkan bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan yang akan menimbulkan niat beli ulang ke toko UD. Cahaya Diesel.

Toko UD. Cahaya Diesel merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan peralatan diesel dan pelayanan perbaikan diesel yang terletak di Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Toko ini berdiri sejak tahun 2004 dan merupakan toko yang pertama kali buka di wilayah tersebut. Toko UD. Cahaya Diesel berkembang dari tahun ke tahun sehingga menjadi salah satu toko yang terbesar di Kecamatan Wonodadi. Dengan citra yang dimiliki oleh toko UD. Cahaya Diesel dapat berdampak pada kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Konsumen UD. Cahaya Diesel dapat menilai terkait kualitas layanan dan juga produk setelah melakukan pembelian pada UD. Cahaya Diesel, oleh karena itu sangat penting untuk UD. Cahaya Diesel dalam memperhatikan keberagaman produk dan juga kualitas layanan yang dimilkinya sehingga dapat membentuk citra yang baik di benak konsumen dan nantinya membuat pelanggan merasa puas setelah melakukan pembelian.

UD. Cahaya Diesel mempunyai strategi penjualan dengan menyediakan produk yang dibutuhkan oleh pelanggannya. Dengan menyediakan produk yang dibutuhkan oleh para pelanggannya dapat berdampak pada kepuasan yang dirasakan pelanggan karena mendapatkan produk yang dibutuhkannya pada UD. Cahaya Diesel. UD. Cahaya Diesel menjual berbagai macam merek diesel dan sparepart diesel unggulan serta melayani service. Berikut adalah data produk yang dijual di toko UD. Cahaya Diesel pada tabel 1.2 :

Tabel 1.2
Data Produk di Toko UD. Cahaya Diesel

No	Jenis Produk	Nama Merek Produk Yang Tersedia
1.	Engine water pump	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
2.	Water pump shimizu	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
3.	Sprayer	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
4.	Diesel engine	Daesung, Honda, Badja, dan Daiho
5.	Bearing / laker	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
6.	Gear set	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
7.	Tangki bensin	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
8.	Carburator	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
9.	Nozzle	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
10.	Plunger	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
11.	Hpp	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
12.	Crank shaft	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
13.	Cam shaft	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
14.	Piston	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC
15.	Housing main bearing	Daesung, WECO, KimSae, dan NPC

Sumber : Toko UD. Cahaya Diesel (2022)

Pada tabel di atas menunjukan jika Toko UD. Cahaya Diesel memiliki produk dengan berbagai macam merek. Pejualan di toko UD. Cahaya Diesel hanya dilakukan secara *offline* dan pelanggan harus datang langsung ke toko untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan. Produk yang dijual oleh toko UD. Cahaya Diesel inipun tidak jauh berbeda dari pesaingnya yang menjual produk yang sama. Hal tersebut tentunya menjadi hal yang menarik untuk diteliti karena dengan tingginya persaingan yang ada dalam menjual produk diesel dapat berdampak pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggannya.

Toko UD. Cahaya Diesel memliki bentuk pelayanan kepada pelanggannya berupa *service* mesin diesel yang rusak dan penyewaan mesin pemotong padi. Toko UD. Cahaya diesel tidak hanya mengandalkan produk dengan jenis dan merek yang beragam, melainkan juga menawarkan pelayanan *service* diesel. Hal tersebut dilakukan UD. Cahaya Diesel untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya. Untuk dapat mengetahui kondisi lapangan yang terjadi, peneliti melakukan interview kepada beberapa pelanggan. Didapati bahwasannya pelanggan mengeluhkan terkait ketidakmampuan UD. Cahaya Diesel dalam melakukan perbaikan terhadap mesin diesel yang rusak. Terdapat juga pelanggan yang mengeluhkan terkait ketersediaan produk yang ada pada UD. Cahaya Diesel. Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul **"*Citra Toko Sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*".**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah bertujuan untuk menjelaskan mengenai masalah yang sedang dihadapi dan memberikan kemudahan dalam memecahkan masalah tersebut. Dilihat dari permasalahan yang terjadi maka rumusan masalah yang bisa diambil yaitu sebagai berikut:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko UD. Cahaya Diesel?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko UD. Cahaya Diesel?

3. Apakah citra toko memoderasi pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan toko UD. Cahaya Diesel?
4. Apakah citra toko memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko UD. Cahaya Diesel?

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini bisa terarah dan fokus pada permasalahan, maka peneliti menggunakan variabel kepuasan pelanggan dengan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi. Kemudian variabel keragaman produk menggunakan indikator ukuran produk yang beragam, jenis atau merek produk yang bervariasi, dan kualitas produk yang beragam. Batasan masalah dari variabel kualitas pelayanan dianalisis dari indikator *tangible*, *realibility*, r*esponsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Sedangkan variabel dapat dilihat dari pandangan pelanggan terhadap sebuah toko, pengalaman belanja, dan pelayanan yang diberikan.

D. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang penelitian ini maka peneliti dapat menentukan tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan toko UD. Cahaya Diesel
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko UD. Cahaya Diesel

3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan toko UD. Cahaya Diesel dengan citra toko sebagai variabel moderasi
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko UD. Cahaya Diesel dengan citra toko sebagai variabel moderasi

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan terkait teori-teori dibidang pemasaran. penelitian ini juga nantinya dapat menjadi referensi atau acuan bagi peneliti selanjutnya di bidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi toko UD. Cahaya Diesel untuk memaksimalkan kinerjanya dan dalam upaya keberlangsungan usahanya.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG