

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pelanggan memegang peran penting dalam menjaga daya saing perusahaan dengan pesaing dalam industri yang sama. Salah satu cara untuk memuaskan pelanggan yaitu dapat membuat mereka merasa nyaman dalam menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik (Supariyani, 2013). Selain faktor kualitas produk, harga juga menjadi faktor yang signifikan dalam menentukan kepuasan pelanggan dalam bisnis. Besarnya biaya perbaikan yang ditetapkan berkaitan erat dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh pelanggan. Semakin tinggi harga produk, semakin banyak pertimbangan yang harus dilakukan oleh pelanggan sebelum membeli produk yang ditawarkan, (Putra, 2012). Sebaliknya, semakin rendah harga produk, semakin mudah bagi pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan tanpa mempertimbangkan banyak hal.

Penelitian telah berkembang dari sekadar menilai aspek fisik produk ke penilaian kualitas yang lebih holistik, termasuk aspek layanan dan dukungan purna jual. Selain harga nominal, penelitian kini juga mempertimbangkan persepsi nilai, strategi penetapan harga, dan dampak diskon atau promosi terhadap keputusan

pembelian dan kepuasan pelanggan. Keputusan pembelian seringkali dianalisis sebagai variabel mediasi untuk memahami mekanisme bagaimana kualitas produk dan penetapan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan secara tidak langsung.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan kecewa maupun senang seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu jasa dengan harapan-harapannya (Tjiptono, 2012). Perusahaan harus benar-benar memperhatikan kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan tersebut menjadi faktor yang sangat penting untuk mempertahankan keberlangsungan hidup dari perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan juga menjadi hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan atau bisnis dalam menghadapi kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini, dimana kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Pelanggan yang merasa puas dengan suatu produk akan melakukan keputusan pembelian sebagai suatu keputusan konsumen yang dilakukan untuk membeli produk lebih dari satu kali.

Perusahaan harus bisa menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, selain itu perusahaan juga harus mempertimbangkan harga, karena harga juga memiliki pengaruh penting bagi konsumen dimana konsumen akan mempunyai kecenderungan untuk memilih produk dengan kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau. Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli dan menikmati

barang atau jasa yang di tawarkan.

Kepuasan Konsumen juga memiliki banyak faktor yang dapat mempengaruhinya, salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas produk memegang peranan yang sangat penting, karena suatu kualitas produk akan terkaitdengan janji dan harapan, sehingga salah satu perannya adalah menjembatani harapan konsumen pada saat perusahaan menjanjikan sesuatu kepada konsumen. Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan keputusan pembelian. Jika produk yang diberikan sesuai dengan harapan atau keinginan konsumen, maka konsumen akan bersikap loyal terhadap perusahaan tersebut dan akan membeli produk tersebut.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sudarno (2014) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga juga menjadi salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kepuasanpelanggan, Harga menimbulkan berbagai interpretasi dimata konsumen. Konsumen akan memiliki interpretasi yang berbeda-beda tergantung karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri, dsb), latar belakang (sosial, ekonomi, demografis,dll), pengalaman serta pengaruh lingkungannya. Berbagai interpretasitentang harga tersebut menimbulkan pengaruh perilaku berbeda- beda pada perilaku konsumen. Secara garis besar sikap dan perilaku pelanggan dalam

menanggapi harga dapat dibedakan menjadi dua. Ada pelanggan yang memiliki kecenderungan menyukai harga yang relatif rendah di satu sisi, ada beberapa pelanggan yang memiliki kecenderungan menyukai harga yang relatif tinggi.

Gofur (2019) juga dalam hasil penelitiannya mengatakan bahwa “Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan”. Kepuasan yang ditunjukkan oleh konsumen mengatakan konsumen dapat membuat keputusan yang tepat. Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu, mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Konsumen pada tahapan ini akan dihadapkan pada bermacam aspek yang berbeda antara satu produk dengan yang lainnya, diantaranya adalah kualitas produk, kualitas layanan, serta harga produk. Tentu saja konsumen lebih cenderung untuk memilih produk yang berkualitas tinggi, dengan layanan yang baik, serta harga yang terjangkau. Hal ini yang diungkapkan oleh Kurniasari (2013), Sunawan dan Malonda (2015) yang menyatakan bahwa beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk dan harga.

Perusahaan Dira Collection ini juga berusaha memuaskan para pelanggannya dengan menunjukkan kualitas yang maksimal dari berbagai faktor, dimulai dari faktor kualitas produknya dan harga yang diberikan sampai ke kualitas layanan yang diberikan juga, sehingga mampu mendorong kepuasan bagi pelanggan yang

berkunjung ke Dira Collection Ambulu Jember. Dira Collection Ambulu Jember juga termasuk dalam kategori perusahaan yang aktif dalam bermedia sosial, maka dapat dikatakan positif juga karena para pelanggan dapat berinteraksi dengan pihak perusahaan dan pelanggan juga bebas memberi sikap, penilaian dan masukan kepada perusahaan tentang pengalaman berbelanja sehingga dapat menjadi pembelajaran ataupun evaluasi bagi perusahaan apabila terdapat kekurangan. Karena kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan dalam menggunakan aplikasi atau platform digital perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan juga harus memperhatikan pengalaman pengguna dan berusaha untuk membuat aplikasi atau platform digital yang mudah digunakan dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam mempertahankan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Faktor harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pengguna adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus benar-benar memperhatikan faktor-faktor tersebut dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat membangun dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Banyak penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan persepsi nilai dan kepuasan pelanggan, meskipun dalam beberapa kasus

harga tinggi tidak selalu berbanding lurus dengan kepuasan jika tidak diiringi dengan kualitas yang sepadan. Serta keputusan pembelian sering kali berperan sebagai jembatan yang menghubungkan kualitas produk dan harga dengan kepuasan pelanggan. Keputusan pembelian ini mencerminkan penilaian konsumen terhadap produk sebelum mereka merasakan kepuasan atau ketidakpuasan.

Perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing di pasar dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam penelitian terdahulu oleh Sudarno (2014), ditemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Faktor harga juga mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun interpretasi harga yang berbeda-beda oleh konsumen, tergantung pada karakteristik pribadi, latar belakang, pengalaman, dan pengaruh lingkungan, memunculkan perilaku yang berbeda dalam menanggapi harga. Penelitian oleh Gofur (2019) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh kemampuan konsumen untuk membuat keputusan yang tepat. Keputusan pembelian oleh konsumen melibatkan evaluasi beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas layanan, dan harga produk. Konsumen cenderung memilih produk yang berkualitas tinggi, dengan layanan yang baik, dan harga yang terjangkau, sebagaimana ditemukan dalam penelitian oleh Kurniasari (2013), Sunawan, dan Malonda (2015).

Mengukur kualitas produk menjadi tantangan karena sifatnya yang subjektif dan bervariasi yang bergantung pada persepsi individu. Faktor-faktor eksternal yang

ada dalam pasar juga dapat mempengaruhi hubungan antara kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga, Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi pada Dira Collection Ambulu Jember”**.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dira Collection Ambulu?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dira Collection Ambulu?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Dira Collection Ambulu?
4. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
5. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Dira Collection Ambulu?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan pada Dira Collection Ambulu?
7. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan?
8. Apakah variabel kualitas produk atau harga yang paling dominan hasilnya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian?

9. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan masalah dalam penelitian ini untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Dira Collection Ambulu
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Dira Collection Ambulu
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Dira Collection Ambulu
4. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Dira Collection Ambulu
5. Untuk menganalisis pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan pada Dira Collection Ambulu
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada Dira Collection Ambulu
7. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada Dira Collection Ambulu
8. Untuk menganalisa variabel kualitas produk atau harga paling dominan hasilnya

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada Dira Collection Ambulu

9. Untuk menganalisa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada Dira Collection Ambulu.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan kegunaan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis

Sebagai saran dan wawasan pengetahuan bagi perusahaan juga untuk membantu memahami preferensi pelanggan demi mempertahankan dan memperluas basis pelanggan, serta memperkuat posisi di pasar.

2. Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan juga sebagai literatur dalam penelitian analisis kualitas produk dan penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi pada Dira Collection Ambulu Jember.