

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perkembangan usaha ritel di abad 21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami perubahan yang signifikan. Peningkatan status sosial, Ekonomi, dan industri dapat menyebabkan perubahan gaya hidup dan perilaku yang tidak terlepas dari pengaruh globalisasi. Saat ini banyak merek dan produk yang saling bersaing di pasar, sehingga pelanggan memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dan memiliki hak untuk memilih apa yang diinginkan pelanggan. Dengan adanya perubahan tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi selera konsumen terhadap suatu produk. Hal ini memaksa para pedagang ritel untuk memberikan semua kemampuan yang mereka miliki untuk dapat bersaing di pasar. Setiap pelaku usaha dalam setiap jenis usaha dituntut untuk peka terhadap setiap perubahan yang terjadi dan memiliki fokus pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Putra S. D., 2017).

Perdagangan ritel ini tumbuh diberbagai wilayah penjuru Indonesia dari kota hingga ke desa dengan berbagai jenis mulai dari minimarket, supermarket, maupun swalayan. Usaha di bidang pemasaran tentunya tidak terlepas dari adanya faktor kualitas produk, faktor harga dan faktor kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen yaitu kualitas produk, Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, kemudahan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Putra, 2017).

Adapun dalam penelitian yang dilakukan oleh Budi Triongko, Untung Widodo, dan Maduretno Widowati (2022), yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Aki Incoe PT Meka Adipratam di Kota Semarang)” menyampaikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan

Pelanggan. Namun hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Nanda Wijhan Khairi yang menyatakan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap nilai kepuasan pelanggan. Pengalaman pelanggan dalam membeli produk baik atau buruknya akan mempengaruhi kepuasan konsumen untuk melakukan pembelian berulang atau tidak. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan konsumen, haruslah cepat ditanggapi oleh perusahaan, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Azizah, 2022).

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar produk dapat bersaing dan berkembang maka perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan jalan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen maka dengan sendirinya konsumen merasa dihargai dan akan bersedia menjadi konsumen tetap. Sehingga pelanggan cenderung merasa puas jika mendapat pelayanan yang baik, seperti informasi kegunaan dan manfaat produk, Kualitas produk, posisi penempatan produk yang sedang dicari pelanggan, kegunaan produk dapat menciptakan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan yang ingin berbelanja. Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali, yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual.

Sedangkan terkait dengan Kualitas Pelayanan dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Syamsiah (2018) "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada supermarket Transmart Carrefour di kota makassar" Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini berbeda dengan disampaikan oleh Arif Ferdian Agung (2018) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Indomaret.

Dalam penelitiannya “Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomaret Dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri)”.

Selain itu harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Menurut penelitian yang dilakukan (Agung, 2018) kejelasan harga antara yang tertera di display dengan kasir, dan menjadi salah satu faktor yang juga menentukan daya tarik pembeli. Tetapi pada saat konsumen ingin melakukan pembayaran, harga yang akan dibayarkan justru malah berbeda antara harga yang ada di display dengan harga yang ada dikasir. Hal ini mengakibatkan konsumen tidak merasa puas akan harga yang ditawarkan karena tidak sesuai. Maka dari itu perlunya penetapan harga yang harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas.

Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Menurut Mariansyah (2020) Harga bukan hanya angka-angka yang tertera dilabel suatu kemasan atau rak toko, tetapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Mariansyah, 2020). Beberapa hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko ritel sesuai penelitian yang dilakukan Diana Wisra dan Syamsiah (2018). Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif Ferdian Agung (2018),”Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”, yang menyampaikan bahwa Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Toko retail harus mampu menciptakan keunggulan-keunggulan bagi produk maupun jasa yang mereka tawarkan, sehingga pelanggan mendapatkan kepuasan karena kebutuhan dapat terpenuhi dengan baik. Menurut Kotler dan Keller dalam (Anggraini, 2021) bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan juga mampu mempengaruhi pelanggan untuk membeli produknya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Anggraini Y. , 2021). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dahrani dan Aulia Safitri (2022) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Islam Pada Home Industry Queennacollection Mendapatkan hasil bahwa Variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada saat pelanggan harapan yang sudah dimiliki pelanggan harga suatu produk atau pelayanan yang diberikan sesuai manfaat yang di dapatkan maka dari itu akan memberikan kepuasan. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya, jika konsumen merasa puas maka akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Kepuasan konsumen akan terwujud bilamana harga yang tertera pada suatu produk sesuai dengan kualitasnya dan memberikan manfaat, nilai yang lebih terhadap konsumen dan semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapatkan pelayanan yang dirasa cukup baik.

Nurjati Mart merupakan salah satu unit usaha pertokoan dari KPRI Harapan Sejahtera. Nurjati Mart merupakan salah satu toko retail

(minimarket) yang menyediakan produk yang sangat lengkap demi memenuhi kebutuhan pokok anggota maupun mahasiswa di IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Pada dasarnya produk yang ada di Nurjati Mart tidak jauh berbeda dengan produk toko retail lain. Banyaknya produk yang dijual dengan bermacam merk dan variasi produk cenderung membuat daya beli masyarakat meningkat, dan hal itu dapat menimbulkan rasa puas pada konsumen karena dirasa dapat memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu persaingan retail yang cukup ketat, karena produk Nurjati Mart ini sama seperti produk minimarket lainnya sehingga harga produk juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dari segi Kualitas produk yang ditawarkan, nurjati mart memiliki lebih dari 3000 produk yang merupakan keunggulan tersendiri dibanding Mini Market lainnya yang sejenis. Produk yang dijual merupakan produk yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari seperti menjual produk sembako, makanan dan minuman ringan, produk kecantikan, produk kebutuhan sehari-hari, alat tulis kantor, obat-obatan, mini cafe dan lain sebagainya.

Minat belanja anggota masih belum banyak perubahan secara signifikan, jika dilihat dari data transaksi anggota di unit usaha nurjati mart mencapai kurang lebih 150 transaksi padahal jumlah anggota ada 534 orang atau hanya 28,5% saja. Sehingga masih banyak anggota yang belum memanfaatkan kupon belanja untuk anggota di setiap bulannya. Disamping itu demi meningkatkan kontribusinya kepada koperasi, Nurjati Mart melakukan strategi penjualan dengan cara jemput bola dan antar barang sampai ke rumah pembeli cara ini efektif diterapkan. Selain itu, kerja sama koperasi dengan lembaga juga semakin terjalin dengan sangat baik. Koperasi sudah diberi kesempatan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan barang ATK, Konsumsi dan juga kebutuhan perkantoran lainnya.

Konsep dasar dalam memberikan pelayanan baik kepada pelanggan dapat ditemui dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 8 sebagai berikut, Artinya : "Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir beberapa kerabat, anak-anak yatim dan orang-orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik" Ayat ini memerintahkan untuk bertutur kata yang baik kepada siapa saja, terutama kepada kerabat. Juga

berkata yang baik kepada anak-anak yatim dan orang-orang miskin, jangan menyakiti mereka (Muslimah, 2021).

Dalam memberikan pelayanan seorang muslim harus berprinsip pada Ekonomi Islam guna mewujudkan ketaqwaan dalam menjalankan Syariat Islam. Setiap umat muslim harus berperilaku lemah lembut agar orang merasa nyaman, sama dengan seorang konsumen harus mendapatkan pelayanan yang baik, pelayanan baik dapat memberikan efek bagi pembisnis yaitu kepuasan kepada pelanggan. Apabila toko dapat menciptakan rasa puas kepada konsumen, maka akan timbul rasa setia pelanggan terhadap toko retail tersebut. pelanggan diharuskan mendapatkan pelayanan yang memuaskan maka dari itu pelayanan yang baik dapat memberikan efek bagi pembisnis yaitu kepuasan kepada pelanggan. Dengan demikian untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yang baik maka penulis tertarik kualitas produk, Kualitas Pelayanan, dan harga sebagai faktor penting dalam kepuasan pelanggan pada Nurjati Mart. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membahas permasalahan kedalam sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”**

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah antara lain

- a. Beberapa Produk ditemukan tidak adanya merek dan label pada kemasan sehingga masih kurang aman untuk dikonsumsi maupun digunakan
- b. Tata letak produk yang kurang rapih sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- c. Produk yang kurang terjamin mutu kualitasnya karena ada beberapa produk yang mendekati tanggal kadaluwarsa maupun sudah kadaluwarsa.
- d. Pelayanan para karyawan yang kurang ramah terhadap pembeli.

- e. Kurangnya karyawan sehingga mengakibatkan terkendala dalam melayani pelanggan.
- f. Harga cenderung telat untuk diupdate sehingga akan terlihat berbeda antara harga yang ada di rak maupun harga yang ada dikasir.
- g. Perbandingan harga jual yang sedikit berbeda dengan toko retail lainnya.

2. Batasan Masalah

Dari latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka penulis memfokuskan penelitian dengan mengambil Permasalahan terkait Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart dalam Perspektif Ekonomi Syariah yang bertepatan di Nurjati Mart berlokasi di kampus utama IAIN Syekh Nurjati Cirebon Jl. Perjuangan By Pass Sunyaragi.

3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan pertanyaan dalam penelitian yaitu :

- a. Bagaimana Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart?
- b. Bagaimana Pengaruh Secara Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart?
- c. Bagaimana Pengaruh Secara Parsial Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart?
- d. Bagaimana Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan tujuan dalam penelitian yaitu :

- a. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart.
- b. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Pengaruh Secara Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart.

- c. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Pengaruh Secara Parsial Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart.
- d. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna menambah wawasan bagi pembaca dalam hal pengetahuan dan dapat digunakan sebagai pembandingan bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart Dalam Perspektif Ekonomi Syariah.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan serta memberikan masukan bagi perusahaan maupun konsumen. Khususnya yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga sehingga penelitian ini dapat mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Nurjati Mart Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini maka perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, pernyataan atau pertanyaan penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini Berisi tentang kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, defenisi operasional variabel, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, uji instrumen, asumsi-asumsi, metode pendekatan penelitian, teknik analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam perancangan penelitian dan implementasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan deskripsi data, persyaratan uji hipotesis, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran merupakan isi inti dari pembahasan serta menjawab hipotesis awal dan saran merupakan rekomendasi yang diberikan peneliti kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian yang berguna bagi peneliti selanjutnya. Daftar pustaka merupakan susunan tulisan diakhir sebuah karya ilmiah yang isinya berupa nama penulis, judul tulisan, penerbit, identitas penerbit, dan tahun terbit.

