

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Operasi bisnis yang efektif adalah persyaratan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi saat ini. Setiap perusahaan yang melakukan bisnis harus menetapkan dan menerapkan strategi yang baik untuk berkembang demi untuk memajukan perusahaan. Setiap pelaku bisnis yang ingin sukses dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian khusus pada strategi pemasaran yang dijalankannya dalam iklim korporasi yang sangat kompetitif saat ini. Produk yang dipasarkan dibuat menggunakan metode berkualitas tinggi dan akan mencakup serangkaian fitur yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Konsumen ingin kembali sehingga mereka dapat mengalami semua bisnis yang ditawarkan dan berkembang menjadi konsumen setia.

Menurut penjelasan dari Detika yossy pramesti *et al* (2021:30) keragaman produk merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha. Ini adalah salah satu variabel yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Ketika bisnis menyediakan berbagai macam barang, konsumen akan lebih cenderung untuk dapat mengunjungi toko mereka serta dapat melakukan suatu pembelian. Keragaman produk sebagaimana merupakan yang dapat bermacam-macam kategori produk dan suku cadang yang ditawarkan kepada vendor tertentu kepada konsumen. Sebuah korporasi harus memikirkan bagaimana memutuskan beberapa opsi untuk bauran produk yang sedang diproduksi saat ini dan di masa depan.

Faktor selanjutnya yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, menurut Sutrisno & Halimah (2021:43) Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai penilaian keseluruhan yang dibuat oleh konsumen pada operasi yang memuaskan dari suatu produk atau layanan. Untuk mengevaluasi apakah suatu produk memenuhi klaimnya atau tidak, konsumen perlu membandingkan harapan mereka dengan pengalaman aktual mereka dengan produk tersebut. Konsumen telah mengantisipasi bahwa kualitas yang mereka rasakan dalam suatu produk sebenarnya adalah hasil dari produk yang mereka alami.

Faktor selanjutnya yang dapat dipergunakan sebagai untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu promosi, menurut Arianto & Setiawan (2020:28) promosi merupakan kegiatan pemasaran yang dimana jika suatu produk tidak akan bermanfaat selama tidak sampai ke tangan konsumen yang membutuhkan dan jelas bahwa konsumen tidak akan menyadari keberadaan produk tanpa adanya pemasaran dan periklanan. Oleh karena itu promosi dapat dilihat sebagai penghubung pertama antara perusahaan dan konsumen, serta sarana untuk menyajikan barang kepada konsumen agar konsumen mengetahui keberadaan produk perusahaan.

Kepuasan Konsumen didefinisikan sebagai sejauh mana respon kinerja suatu produk sesuai dengan harapan total penilaian konsumen terhadap keunggulan suatu produk berdasarkan apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan. Balasan atau tanggapan konsumen terkait dengan pemenuhan kewajiban. Apa yang seharusnya diperiksa untuk menentukan kepuasan terhadap suatu produk atau jasa adalah kualitas atau keistimewaan produk atau jasa atau produk itu sendiri yang memberikan tingkat

kesenangan konsumen yang dikaitkan dengan harapan konsumsi konsumen yang memuaskan (Asti & Ayuningtyas, 2020:5).

Ramayana Panbil adalah salah satu pusat perbelanjaan kontemporer di Kota Batam. Ramayana mampu memenuhi tuntutan masyarakat dengan memberikan kepuasan konsumen melalui keragaman produk, kualitas produk serta promosi, dan memiliki karakter tersendiri yaitu memiliki label yang menjual produk murah dengan kualitas yang prima. Fakta bahwa tidak ada toko ritel lain di daerah tersebut yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memberikan kepuasan konsumen yang dapat bersaing dengan perusahaan sejenis hal ini menjadi faktor utama yang berkontribusi pada popularitas Ramayana sebagai tujuan belanja di antara semua orang, akan tetapi pada Ramayana Panbil terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan keragaman produk, kualitas produk dan promosi yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Permasalahan yang dialami saat ini pada Ramayana Panbil yaitu tentang keragaman produk yang dimana merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen yang berkunjung atau membeli suatu produk pada Ramayana Panbil. Berdasarkan data yang didapatkan langsung dari Ramayana Panbil Kota Batam tentang keragaman produk sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Keragaman Produk Ramayana Panbil Kota Batam

No	Jenis Produk Matahari	Jenis Produk Ramayana
1	Pakaian Wanita	Pakaian Wanita
2	Pakaian Pria	Pakaian Pria
3	Pakaian Anak	Pakaian Anak
4	Pakaian Wanita	Pakaian Wanita
5	Pakaian Pria	Pakaian Pria
6	Pakaian Anak	Pakaian Anak
7	Sepatu & Sandal Wanita	Sepatu & Sandal Wanita
8	Sepatu & Sandal Pria	Sepatu & Sandal Pria

Tabel 1.1 Lanjutan

No	Jenis Produk Matahari	Jenis Produk Ramayana
9	Sepatu & Sandal Anak	Sepatu & Sandal Anak
10	Tas & Koper Wanita	Tas & Travel Accessories
11	Tas & Koper Pria	
12	Aksesoris Wanita	
13	Aksesoris Pria	
14	Alat Kecantikan	
15	Alat Rumah Tangga	

Sumber : Data Penelitian (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas tentang keragaman produk pada Ramayana Panbil Kota Batam, didapatkan bahwa keragaman produk pada Ramayana Panbil belum sepenuhnya lengkap dikarenakan keragaman produk pada Ramayana Panbil masih kalah jauh jika dibandingkan dengan keragaman produk pada Matahari, pada hal ini Ramayana Panbil hanya menjual pakaian, sepatu & sandal wanita maupun wanita serta menjual tas & *travel accessories*, dalam hal ini sangat terdapat beberapa konsumen mengeluh terhadap keragaman produk yang dijual oleh Ramayana Panbil karena konsumen beranggapan bahwa keragaman produk yang dijual tidak terlalu lengkap karena produk yang ingin membeli suatu produk yang dibeli tidak ukuran yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen kemudian terdapat konsumen yang menganggap merek yang dijual hanya merek tertentu saja hal ini sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Permasalahan berikutnya yang dialami saat ini pada Ramayana Panbil yaitu tentang kualitas produk, konsumen akan membeli suatu produk dengan kualitas yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut sehingga akan membuat konsumen tersebut merasa puas terhadap suatu produk tersebut, akan tetapi tidak sedikit pula konsumen yang beranggapan kualitas produk Ramayana Panbil tidak bagus yang berakibat pada pengembalian produk yang

dilakukan konsumen, adapun data yang didapatkan mengenai pengembalian produk sebagai berikut.

Tabel 1.2 Pengembalian Produk Ramayana Panbil Kota Batam

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pengembalian Produk
1	September	2021	22
2	Oktober	2021	21
3	November	2021	18
4	Desember	2021	16
5	Januari	2022	15
6	Februari	2022	3
7	Maret	2022	19
8	April	2022	10
9	Mei	2022	9
10	Juni	2022	7
11	Juli	2022	12
12	Agustus	2022	10

Sumber : Ramayana Panbil Kota Batam (2022)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas tentang pengembalian produk pada bulan September tahun 2021 sampai dengan bulan Agustus 2022 didapatkan bahwa dalam satu bulan konsumen melakukan pengembalian produk berkisar antara 3 sampai 22 produk hal ini karena beberapa alasan, berdasarkan hasil wawancara secara langsung dengan manajer Ramayana Panbil Kota Batam didapatkan bahwa konsumen melakukan pengembalian produk karena konsumen menemukan bahwa produk yang diterima terdapat kerusakan pada pakaian yang dimana jenis kerusakan pada warna dimana terdapat *transfer* warna pada pakaian yang dimana kemudian pada pada kemeja terdapat kancing yang kurang dan yang terakhir pada celana jeans yang dimana reseleting terdapat kerusakan, hal ini sangat mempengaruhi kepuasan konsumen oleh karena itu karyawan Ramayana Panbil diharuskan melakukan pengecekan kembali terhadap produk yang dibeli konsumen agar lebih memastikan produk tidak terdapat kerusakan.

Permasalahan berikutnya yang dialami saat ini pada Ramayana Panbil yaitu tentang promosi yang merupakan salah satu upaya untuk menawarkan produk dan bertujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli, promosi yang dilakukan Ramayana Panbil antara lain dengan memberikan katalog PSM dengan berbagai jenis promosi yang ditawarkan serta menawarkan *Member Card* kepada konsumen, adapun data yang didapatkan mengenai promosi di Ramayana Panbil dengan tema OK BRO! (Oktober Banjir Promo) sebagai berikut.

Tabel 1.3 Jenis Promosi Ramayana Panbil Kota Batam

No	Jenis Promosi
1	Tampil menawan saat gaji
2	Flat shoes cantik paling favorit
3	Sandal mewah pasti murah
4	Handuk eksklusif termurah
5	Promo gaji
6	Paling awet paling murah
7	Modal ganteng termurah

Sumber : Ramayana Panbil Kota Batam (2022)

Berdasarkan tabel 1.3 diatas yang didapatkan data promosi di Ramayana Panbil dimana terdapat berbagai jenis promosi yang ditawarkan akan tetapi berdasarkan observasi dan wawancara kepada konsumen di Ramayana Panbil didapatkan bahwa konsumen menilai bahwa promosi di Ramayana Panbil terlalu singkat hal ini dikarenakan Ramayana Panbil hanya menerapkan pada periode tertentu saja. Selanjutnya konsumen menilai promosi di Ramayana Panbil kurang menarik, hal ini dikarenakan potongan harga yang diberikan tidak jauh berbeda dengan harga aslinya. Oleh karena itu, Ramayana Panbil seharusnya lebih meningkatkan promosi yang diberikan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga Ramayana Panbil akan mendapatkan keuntungan yang lebih lagi.

Pada permasalahan kepuasan konsumen berdasarkan wawancara kepada manajer Ramayana Panbil didapatkan bahwa kepuasan yang dialami konsumen belum sepenuhnya puas karena masih terdapat permasalahan yang belum terselesaikan yang berkaitan dengan permasalahan keragaman produk, kualitas produk serta promosi oleh karena itu Ramayana Panbil harus menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada keragaman produk, kualitas produk dan promosi agar dapat tercapainya kepuasan konsumen, jika Ramayana Panbil tidak menyelesaikan permasalahan tersebut yang berakibat ketidakpuasan yang dialami konsumen sehingga sangat memungkinkan konsumen untuk lari kepada perusahaan sejenis, adapun data yang didapatkan terkait jumlah pengunjung Ramayana Panbil sebagai berikut.

Tabel 1.4 Jumlah Konsumen Ramayana Panbil Kota Batam

No	Bulan	Tahun	Jumlah Konsumen	Kenaikan / Penurunan	Persentase
1	September	2021	391		
2	Oktober	2021	393	2	0,51%
3	November	2021	398	5	1,27%
4	Desember	2021	381	-17	-4,27%
5	Januari	2022	377	-4	-1,05%
6	Februari	2022	365	-12	-3,18%
7	Maret	2022	361	-4	-1,10%
8	April	2022	358	-3	-0,83%
9	Mei	2022	341	-17	-4,75%
10	Juni	2022	320	-21	-6,16%
11	Juli	2022	317	-3	-0,94%
12	Agustus	2022	302	-15	-4,73%

Sumber : Ramayana Panbil Kota Batam (2022)

Berdasarkan tabel 1.4 diatas didapatkan bahwa jumlah konsumen pada Ramayana Panbil terus terjadi mengalami penurunan hal ini dapat dilihat pada bulan September tahun 2021 sampai dengan November tahun 2021 jumlah konsumen selalu meningkatkan akan tetapi pada bulan Desember tahun 2021

sampai dengan Agustus tahun 2022 jumlah konsumen Ramayana Panbil mengalami penurunan hal ini terbukti bahwa kepuasan konsumen yang dialami konsumen Ramayana Panbil belum sepenuhnya puas karena permasalahan yang dialami Ramayana Panbil belum terselesaikan, oleh karena itu Ramayana Panbil dituntut agar menyelesaikan permasalahan mengenai keragaman produk, kualitas produk dan promosi agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga jumlah konsumen Ramayana Panbil dapat meningkat.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan pada latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen pada Ramayana Panbil Kota Batam yang diberi judul “**Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ramayana Panbil Kota Batam**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah diturunkan berdasarkan permasalahan yang terdapat di latar belakang sebelumnya, yaitu:

1. Keragaman produk Ramayana Panbil belum sepenuhnya lengkap dikarenakan masih kalah jauh dengan keragaman produk pada Matahari.
2. Konsumen menganggap keragaman produk yang dijual hanya dengan merek tertentu saja.
3. Dalam satu bulan konsumen melakukan pengembalian produk berkisar antara 3 sampai 22 produk dikarenakan terdapat kerusakan pada produk.
4. Kualitas produk yang diterima terdapat jenis kerusakan pada warna, kancing yang kurang dan reseleting.

5. Promosi di Ramayana Panbil terlalu singkat hal ini dikarenakan Ramayana Panbil hanya menerapkan pada periode tertentu saja.
6. Konsumen menilai promosi di Ramayana Panbil kurang menarik, hal ini dikarenakan potongan harga yang diberikan tidak jauh berbeda dengan harga aslinya.
7. Konsumen belum sepenuhnya puas karena masih terdapat permasalahan yang belum terselesaikan.
8. Jumlah konsumen Ramayana Panbil mengalami penurunan pada bulan Desember tahun 2021 sampai dengan Agustus tahun 2022.

1.3 Batasan Masalah

Untuk mengetahui masalah yang lebih jelas pada penelitian ini agar lebih terarah maka dapat dibuat beberapa batasan masalah yaitu:

1. Objek pada penelitian ini berada pada Ramayana Panbil Kota Batam.
2. Responden yang diteliti pada penelitian ini yaitu konsumen Ramayana Panbil Kota Batam tahun 2022.
3. Variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu keragaman produk, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan variabel yang diteliti pada penelitian ini maka didapatkan beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Ramayana Panbil Kota Batam?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Ramayana Panbil Kota Batam?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Ramayana Panbil Kota Batam?
4. Apakah keragaman produk, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Ramayana Panbil Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang diuraikan di atas, dengan mencakup seperti berikut:

1. Untuk mengetahui keragaman produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Ramayana Panbil Kota Batam.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Ramayana Panbil Kota Batam.
3. Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Ramayana Panbil Kota Batam.
4. Untuk mengetahui keragaman produk, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Ramayana Panbil Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Mengenai pada manfaat penelitian, temuan penelitian ini mencakup dua manfaat penelitian, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk digunakan sebagai sumber bagi sarjana dan pembaca masa depan yang tertarik pada ekonomi dari perspektif ilmiah. Khusus jurusan manajemen Universitas Putera Batam yang judul mata kuliahnya antara lain pengaruh keragaman produk, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen di Ramayana Panbil Kota Batam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Memberi peneliti pengetahuan dan wawasan lebih lanjut seputar manajemen pemasaran. Selain itu terselesaikannya penelitian ini sebagai salah satu syarat bagi akademisi yang sedang menempuh pendidikan Sarjana Manajemen dari Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora pada Universitas Putera Batam.

b. Bagi perusahaan

Diharapkan bahwa penelitian ini akan dapat menentukan seberapa besar pengaruh perusahaan terhadap kepuasan konsumen mengenai keragaman produk, kualitas produk dan promosi serta digunakan sebagai masukan oleh perusahaan untuk terus mendapatkan kepuasan konsumen.

c. Bagi Universitas Putera Batam

Sebagai bahan bacaan pelengkap koleksi perpustakaan Universitas Putera Batam yang berkaitan dengan pokok bahasan tentang dampak keragaman produk, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk dapat disajikan sebagai sumber bagi para sarjana yang tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang topik ini, terutama yang berfokus pada topik seperti keragaman produk, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen.