

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era zaman yang semakin berkembang dan semakin canggih serta perkembangan teknologi yang semakin canggih dan begitu pesat sehingga semakin tinggi juga penggunaan internet. Internet biasa digunakan sebagai alat komunikasi dan alat mencari informasi, belanja online, hiburan serta tempat untuk melakukan bisnis. begitu banyak pengguna internet yang begitu meningkat sehingga menyebabkan dampak dipola transaksi jual dan beli di masyarakat, transaksi yang dimana sebelumnya dilakukan secara offline dan sekarang telah beralih dengan bertransaksi dengan melalui online.

Kebutuhan masyarakat semakin tinggi dan selektif contohnya seperti makanan dan kebutuhan sehari-hari karena perkembangan ekonomi yang semakin tinggi. Para konsumen juga akan memilih berbagai produk yang tersedia pada dipasar dan perusahaan juga harus memberikan kepuasan yang diinginkan oleh para konsumen agar mendapatkan hati konsumen dan bertransaksi kembali (Elizabeth, 2020).

Situs yang digunakan untuk melakukan penjualan atau pembelian online dapat disebut dengan *e-commerce*. Ada beberapa *e-commerce* yang sangat berkembang pesat di Indonesia pada saat ini seperti shopee, bukalapak, tokopedia yang telah menerapkan sistem jenis *customer to customer* (C2C) dalam *marketplace*.

Kualitas pelayanan yang sangat penting untuk dipertimbangkan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang dijadikan sebagai laba bagi perusahaan dikarenakan jika perusahaan dapat mempunyai penilaian yang positif dimata konsumen seperti timbal balik yang baik akan didapati, selain itu kualitas pelayanan juga berfungsi untuk memberikan rasa kemudahan konsumen dalam bertransaksi seperti memberikan pelayanan yang baik agar dapat berkompetensi dengan pesaing yang lainnya (Loanda & Evyanto, 2021).

Kualitas merupakan faktor yang penting untuk kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh juga pada kepuasan konsumen dan kualitas produk yaitu factor-faktor yang terdapat didalam suatu barang maupun hasil yang menyebabkan barang maupun hasil yang sesuai dengan tujuan dari suatu barang dan hasil yang menghasilkan barang yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Suatu produk akan dipandang berkualitas jika telah memenuhi kebutuhan ataupun harapan dari seorang konsumen dan sebaliknya pula jika suatu produk dipersepsikan tidak dapat berkualitas dan tidak memenuhi harapan dari apa yang konsumen inginkan (Novrianda, 2018).

Menurut Kotler, harga adalah sejumlah uang yang dapat ditagihkan, dari suatu produk maupun jasa dalam jumlah dan nilai yang ditukarkan dengan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dan mempunyai maupun menggunakan suatu produk serta jasa. Menurut Herdiana, harga merupakan sejumlah uang yang mempunyai fungsi untuk memperoleh suatu produk dan jasa. Harga juga merupakan penentuan nilai dari sebuah produk dari sudut pandang konsumen (Nurfalah *et al.*, 2020)

Kepuasan konsumen terjadi jika konsumen merasakan senang dan cocok terhadap produk yang digunakan. Kepuasan konsumen juga dapat didefinisikan sebagai perasaan konsumen yang membandingkan antara apa yang telah diterima dan diharapkan. Konsumen akan merasa puas jika kinerja sesuai dengan apa yang diinginkan ataupun sesuai dengan apa yang mereka ekspektasikan, konsumen akan merasa puas dan mencangkup perbedaan pada harapan dan kinerja (Isfahila & Fatimah, 2018).

Konsumen merupakan pengguna output dari perusahaan yang baik berupa pengguna barang maupun pengguna jasa. Saat konsumen menginginkan suatu barang maupun jasa maka akan ditukarkan dengan sumber daya yang dimiliki yang biasanya berupa uang. Ada pula tipe-tipe dari setiap konsumen yaitu tipe konsumen institusi dan konsumen dengan tipe individu. Konsumen institusi yaitu berupa sekolah, lembaga pemerintah, rumah sakit, dan perusahaan lainnya sedangkan konsumen individual yaitu berupa rumah tangga (Wijayanto, 2013).

Pada perkembangan zaman sekarang bisa disebutkan jika “konsumen adalah raja”, jika pelaku bisnis tidak paham akan apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan dari konsumen maka ada kemungkinan jika pelaku bisnis akan kalah dalam persaingan dan konsumen tidak akan melakukan transaksi selanjutnya. Pelaku bisnis harus dapat membedakan keinginan dari seorang konsumen seperti kualitas (*quality sensitive*) ataupun harga (*price sensitive*) (Wijayanto, 2013).

Kepuasan dari seorang konsumen juga dapat dipengaruhi oleh factor harga, suatu harga produk yang wajar dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan cara yang positif namun keadilan pada harga yang dirasakan juga dapat berpengaruh

secara negatif oleh kerentanan konsumen, harga mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen yang dimana jika kenaikan harga dapat berpengaruh memiliki dampak negative pada kepuasan konsumen, jika konsumen yakin bahwa harga dari suatu barang wajar, perilaku pembelian cenderung diulang dan jika konsumen merasa produk serta layanan tertentu tidak layak maka konsumen tidak akan melakukan transaksi selanjutnya (Novrianda, 2018).

Dilihat dari uraian permasalahan di atas, penulis tertarik mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN , PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SHOPEE”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat didefinisikan masalah yang ada yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya minat beli pada konsumen karena kualitas produk yang tidak bagus.
2. Kurangnya minat beli konsumen karena pelayanan yang kurang memuaskan.
3. Harga yang tidak sesuai dengan standar produk.
4. Daya tahan produk berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
5. Penampilan produk yang dipasarkan pada toko shopee.

1.3. Batasan Masalah

Karena keterbatasan waktu dan biaya yang dimiliki maka penulis hanya memfokuskan penelitian ini terhadap kualitas pelayanan, produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada shopee.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dideskripsikan, maka dari itu penulis telah menyusun rumusan masalah dipenelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko smile acc shop?
2. Apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko smile acc shop?
3. Apakah penetapan harga yang tetap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko smile acc shop?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko smile acc shop?

1.5. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas yang telah ditafsiran, maka penulis membuat tujuan dari penulisan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko smile acc shop.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen pada toko smile acc shop.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada toko smile acc shop.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada toko smile acc shop.

1.6. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini peneliti mengharapkan hasil dari penelitian dapat mampu memberikan manfaat untuk kalangan yang memerlukan.

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat dipenelitian ini yaitu agar memberikan ilmu pengetahuan pada sebuah aspek teoritis dan dapat meningkatkan wawasan maupun pengetahuan untuk dunia pendidikan.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pembaca

Pada hasil penelitian ini terutama bagi peneliti yaitu agar dapat menambah wawasan mengenai produk dari suatu perusahaan, untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan, produk dan harga dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti yaitu dapat menambah ilmu dan pemahaman pada bidang penelitian ini yang dimana dimulai melalui menemukan masalah, pengolahan data untuk diteliti dan disimpulkan untuk penelitian ini.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dapat memeberikan referensi yang tujuannya agar penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan manajemen yaitu bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, produk dan harga berpengaruh pada kepuasan konsumen.