

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Saat ini, perkembangan *fashion* di Indonesia sudah sangat pesat, yang diikuti dengan *trend* yang silih berganti. Dampak perkembangan *fashion* saat ini tentu saja membuat masyarakat selalu ingin mengikuti trend yang ada, bahkan bukan hanya sekedar mengikuti akan tetapi sekarang menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat modern untuk dapat tampil bergaya dan *trendy*. Dengan perkembangan media baik cetak, elektronik hingga internet yang berperan sebagai pemberi informasi kepada masyarakat untuk dapat mempengaruhi untuk dapat mengikuti sebuah *trend*, selain dari faktor permintaan masyarakat yang menjadikan *fashion* sebagai suatu kebutuhan (Anjani, Ni Luh Gde Geeta, 2012).

Bagi wanita penampilan bukan hanya sekedar gaya busana saja namun juga salah satu objek dan subjek perkembangan *trend* dan *fashion* yang potensial bagi perusahaan ritel adalah wanita. Wanita banyak menganggap bahwa penampilan adalah hal yang sangat penting terlebih ketika melakukan aktivitas diluar rumah baik aktivitas formal maupun nonformal dilengkapi dengan berbagai aksesoris. Saat ini kebutuhan akan produk tas bukan hanya sebagai tempat untuk menyimpan barang saat bepergian namun lebih dari itu, beberapa wanita berkarir menganggap bahwa tas merupakan salah satu barang

untuk mempercantik penampilan dan dapat manambah kepercayaan diri (Ulumiyah, Faizatul, 2020). Persaingan yang semakin ketat, mengharuskan perusahaan tetap menjaga keberlangsungannya, dengan cara mempertahankan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan menanamkan persepsi subjektif kepada konsumen saat mengkonsumsi barang atau jasa, sehingga konsumen berminat untuk melakukan pembelian ulang (Musaddad, 2011).

Bentuk gerai *fashion* seperti *departemen store* merupakan sebuah toko ritel yang menyediakan aneka kebutuhan pribadi maupun perorangan, termasuk kebutuhan rumah tangga. Dan pada saat yang bersamaan juga menyediakan berbagai macam produk dengan harga yang bervariasi dari yang paling murah hingga paling mahal, barang-barang yang biasa dijual di departemen store antara lain produk *fashion*, serta perhiasan (Anneahira.com, 2012). Dalam membangun bisnis *fashion* tentunya ada faktor-faktor penting yang perlu diperhatikan untuk dapat menjadikan pertimbangan seorang konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan, kualitas produk yang baik, harga yang cukup terjangkau, sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri oleh seorang pelanggan.

Kualitas produk merupakan kualitas untuk memenuhi atau usaha untuk melebihi harapab konsumen yang mencangkup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan (Tjipjono, 2010:14). Kualitas produk dapat menjadi suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia barang. Tuntutan terhadap kualitas suatu produk sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, kalau tidak

menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih kepada produk-produk pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik. Konsumen menginginkan produk yang dibelinya sesuai dengan keinginannya atau produk tersebut berkualitas. Konsumen akan mengambil suatu keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk, ini merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan karena jika kualitas produk yang diharapkan sesuai yang diberikan oleh produk yang dibeli. Selain itu, konsumen dapat memenuhi kebutuhan juga dapat menciptakan kepuasan atas produk yang dibelinya (Larosa dan Sugiyarto, 2010).

Harga yang merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian tidak bisa dikesampingkan oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:314), Harga merupakan hal yang perlu diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasikan harga dengan nilai. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negative (Dewanty, Larasaty Kusuma, 2017).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja ( hasil ) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di harapkan (Kotler dan Keller 2007:177). Menurut Rangkuti (2006:30) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya

dan kinerja actual yang dirasakan setelah pemakaian. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada. Perusahaan yang ingin mempertahankan loyalitas konsumen harus mampu menjaga kepuasan konsumennya. Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan (Lovelock & Wirtz, 2011)

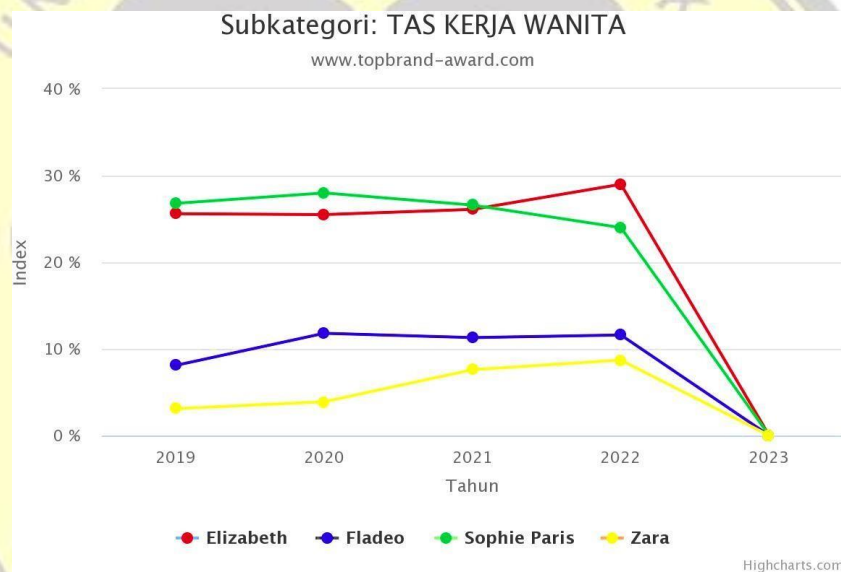
Toko Elizabeth adalah suatu produsen tas yang berada di Bandung dan membuka cabang usaha di Pasuruan, tepatnya yang berlokasi di Jl. Pahlawan No. 32 Kelurahan Pekuncen, Kecamatan Panggungrejo, Kota Pasuruan. Kini toko Elizabeth semakin dekat dengan masyarakat dan mudah dijangkau oleh siapapun. Toko Elizabeth mengembangkan *brand*-nya dengan cara memasarkan produk merek *emiso by Elizabeth*, *lorica by Elizabeth*, *pink kiss by Elizabeth*, dengan setiap *brand* memiliki segmen konsumen yang berbeda-beda pada setiap generasi. Harga tas Elizabeth pada saat ini berkisar Rp. 300.000 sampai dengan harga Rp. 500.000 lebih dari 60% produknya adalah tas perempuan multi fungsi, bisa digunakan ke kantor sekaligus untuk jalan-jalan.

Produk toko Elizabeth yang menjadi salah satu *brand* ternama biasanya di dukung oleh kualitas produk dan harga yang seimbang dengan kepuasan yang diterima oleh konsumen. Tapi pada *survey* sementara yang dilakukan dilapangan terhadap 10 konsumen toko Elizabeth Kota Pasuruan, beberapa



pendapat mengatakan terkait kualitas produk tas yang tidak tahan lama, cepat mengelupas serta perawatannya yang terbilang cukup sulit, dan dengan harga yang cukup mahal, salah satunya dilansir oleh (<https://news.detik.com/suara-pembaca/d-2061249/kualitas-tas-wanita-Elizabeth-meragukan>) salah satu konsumen yang telah mengungkapkan rasa ketidakpuasan dan kekecewaan akan kualitas produk tas Elizabeth. Saat ini banyak muncul merek tas yang di jual di gerai offline maupun online dengan kualitas yang tidak kalah bagus dan dengan harga yang sangat terjangkau.

**Gambar 1**  
**Hasil Komparasi Brand**



Sumber: Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com))

Berdasarkan situs [topbrand-award.com](http://topbrand-award.com) dari tahun 2019-2022 fase 2, dalam kategori perlengkapan pribadi wanita dalam jenis tas wanita, dapat diketahui selama 4 tahun berturut-turut Elizabeth menjadi salah satu *top brand* lokal Indonesia dari 4 brand tas diantaranya *Shopie Paris*, *Elizabeth*, *Zara* dan *Fladeo*. Pada TBI (*Top Brand Index*) di tahun 2019-2021 Elizabeth menduduki

peringkat ke 2 dengan nilai TBI 26.10% , sedangkan shopie paris menduduki tingkat pertama dengan nilai TBI 26.60%. Di tahun 2022 Elizabeth menduduki peringkat pertama, sehingga dari tabel diatas akan memungkinkan Elizabeth mengalami peningkatan menjadi market leader.

Beberapa penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh (PRALDA SARI, 2022), penelitian lain yang dilakukan oleh (Irawan, 2020) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Aprita et al., n.d.) bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan di atas bahwa kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya yaitu hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, dan terciptanya loyalitas konsumen.. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Elizabeth Kota Pasuruan**“.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan suatu permasalahan dapat di kemukakan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko Elizabeth Kota Pasuruan ?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko Elizabeth Kota Pasuruan ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko Elizabeth Kota Pasuruan ?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan toko Elizabeth di Kota Pasuruan
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan toko Elizabeth di Kota Pasuruan
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan toko Elizabeth di Kota Pasuruan

### **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta pengetahuan untuk beberapa pihak yang terkait, antara lain :

1. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya untuk bisa dijadikan pertimbangan tentang masalah yang akan di kaji.

## 2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan pengalaman, wawasan serta pengetahuan mengenai teori yang berhubungan dengan kualitas produk, harga, serta kepuasan pelanggan pada sebuah toko.

## 3. Bagi Toko Elizabeth

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan sebagai bahan evaluasi bagi pemilik Toko Elizabeth Kota Pasuruan, serta dapat dijadikan bahan pengembangan dalam membuat strategi pemasaran terhadap harga dan kualitas produk.

## 4. Bagi Pihak lain

Semoga dapat memberikan informasi serta wawasan kepada pihak masyarakat tentang bagaimana kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko tersebut.

