

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha semakin cepat dan laju, pertumbuhan penduduk yang semakin padat, merupakan faktor pertumbuhan ekonomi semakin tajam dalam memasarkan produk–produknya baik berupa barang maupun jasa kepada masyarakat atau konsumen.

Pemasaran adalah termasuk kegiatan yang penting bagi perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan perkembangannya, serta untuk memperoleh keuntungan besar. Pemasaran berada antara produksi dan konsumsi, ini berarti bahwa pemasaran menjadi penghubung antara keduanya. Dalam kondisi perekonomian sekarang ini, tanpa adanya pemasaran perusahaan akan sulit mencapai tujuan yang ditentukan. Kebutuhan manusia merupakan suatu keadaan akan sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan atau didasari.

Menurut Kotler (dalam Naufal 2014) kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda–beda khususnya wanita, terlebih untuk

Tampil bergaya dan menarik dengan menggunakan berbagai model tas. Tas merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan kebutuhan konsumen, agar tampil lebih bergaya dan menarik. Kebutuhan konsumen seperti tas semakin tinggi karena selain untuk menunjang penampilan wanita, tas juga menunjukkan identitas jati diri seseorang untuk mengekspresikan gayanya agar lebih menarik.

Tanggulagin adalah salah satu kawasan industri tas dan koper yang merupakan sentra industri dan perdagangan tas, koper, dompet, dan sejenisnya. Kawasan ini dirintis oleh Koperasi Intako yang berdiri pada tahun 1976 dan berdiri showroom lainnya pada tahun 1981, serta mulai berkembang pada tahun 1991 tepatnya sejak Koperasi Intako mengalami kalah tender tas jama'ah haji dimana pada saat itu anggota diberikan kebebasan untuk mendirikan usaha sendiri. Sejak berkembangnya UKM di Kawasan Industry Tas dan Koper Tanggulagin yang mulai banyak dikunjungi tamu baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Pada tanggal 1 Oktober 2015 pemerintah mengeluarkan peraturan presiden (perpes) 55/2005 pemerintah mengeluarkan peraturan presiden (perpes) tentang kenaikan BBM 12% dari harga semula yang ditentukan. Hal ini menyebabkan kenaikan harga kebutuhan pokok dan naiknya kebutuhan lainnya. Dengan naiknya semua kebutuhan pokok dan kebutuhan lainnya yang tidak bisa diimbangi naiknya pendapatan mengakibatkan minat beli konsumen menjadi turun. Tanggulagin yang merupakan sentra industri tas

dan koper terkena dampaknya dan sejak itu sentra industri Tanggulagin menjadi sepi pengunjung hingga 40%.

Pada bulan Mei 2006 terjadi bencana Lumpur Lapindo di porong Sidoarjo dan sebagian wilayah Tanggulagin dan sekitarnya. Sejak itu kawasan industri Tas dan Koper Tanggulagin menjadi lebih sepi pengunjung sehingga volume penjualan menurun drastis sampai 90%. Selain kondisi BBM dan bencana Lumpur lapindo UKM di kawasan Tanggulagin harus mewaspadai adanya persaingan khususnya yang berada di luar daerah seperti Gresik, Bandung, Yogyakarta, dan China. Jadi dilihat dari produk, Tanggulagin tidak kalah dengan pesaing-pesaing tersebut karena UKM mampu menghasilkan produk berkualitas baik namun kenyataannya saat itu Tanggulagin kalah dengan pesaing lain.

Akan tetapi sejak tahun 2010 bertepatan dengan berdirinya Toko PUSGITTA (Pusat Grosir Tas Tanggulagin) konsumen dari dalam negeri maupun luar negeri sedikit demi sedikit semakin meningkat. Dan sejak bencana lumpur lapindo dijadikan tempat wisata baru di Porong Tanggulagin ini maka banyak para wisatawan berkunjung ke Tanggulagin. Tanggulagin semenjak tahun tahun 90an yang terkenal dengan industri tas dan kopernya yang kualitasnya tidak diragukan lagi. Salah satu dari banyak UKM yang berdiri di Tanggulagin salah satu yang paling menonjol pada saat ini adalah Toko PUSGITTA (Pusat Grosir Tas Tanggulagin)

Dalam meraih suksesnya menarik konsumen dalam negeri ataupun dari luar negeri usaha yang dilakukan oleh PUSGITTA (Pusat Grosir Tas Tanggulagin) ini tidaklah mudah. Dimulai dari melakukan pengenalan kembali setelah terpuruknya semua UKM yang ada di Tanggulagin dengan cara ikut acara perindustrian dan perdagangan (DISPERINDANG) biasanya mengadakan pameran sampai diluar jawa seperti Kalimantan, Nusa Tenggara Timur, dan lain-lainnya. Dengan acara seperti itu dapat menarik pelanggan dan mengenalkan kembali bahwa sentra industri tas dan koper di Tanggulagin masih ada sampai saat ini dan tujuan utamanya untuk mengenalkan Toko PUSGITTA (Pusat Grosir Tas Tanggulagin) kepada pelanggan dengan menjadikan banyaknya macam-macam produk dibanding toko-toko lainnya.

Dengan banyak nya UKM didaerah tanggulagin yang usahanya sejenis akan tetapi pengusaha melakukan persaingan yang komperatif. Perusahaan dituntut harus cermat dengan kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan konsep pemasaran yang menyebutkan bahwa kesuksesan suatu perusahaan ditentukan oleh suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, sehingga akan memberikan kualitas pelayanan yang diinginkan oleh konsumen dan memberikan kualitas pelayanan lebih baik dari pada pesaingnya.

Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi Toko PUSGITTA (Pusat Grosir Tas Tanggulagin) untuk menghadapi persaingan. Salah satu untuk membuat pangsa pasar adalah memperoleh pelanggan

sebanyak–banyaknya. Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor dalam meraih konsumen. Toko PUSGITTA (Pusat Grosir Tas Tanggulangin) akan berhasil memperoleh konsumen dalam jumlah banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia akan merekomendasikan dari mulut ke mulut.

Pemenuhan kebutuhan masyarakat yang menjadikan tas sebagai gaya hidup dan persaingan penjualan produk tas yang saat ini cukup banyak, memacu pelaku bisnis untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi konsumen. Kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, dimana kualitas pelayanan yang baik yang akan membuat konsumen mendapatkan kepuasan dan akan besar kemungkinan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk kembali membeli produknya. Konsumen yang puas akan cenderung memberikan referensi yang baik bagi orang lain.

Keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh harga. Menurut Kotler dan Armstrong yang dialih bahasan oleh Bob Sabran (2012:410). Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Sedangkan menurut konsep lain menunjukkan apabila harga sebuah barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan. Dimana konsumen yang mendapatkan pelayanan yang baik

dengan harga yang relatif terjangkau akan menjadikan konsumen senantiasa kembali lagi membeli produk tersebut.

Selain kualitas pelayanan dan harga, faktor lain yang menentukan keputusan pembelian adalah ketetapan dalam pemilihan lokasi, karena lokasi sangat berpengaruh dalam keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Lokasi atau tempat sangatlah penting karena berkaitan dengan potensi penjualan dan keuntungan daya saing dan kesinambungan usaha. Jika salah memilih lokasi maka berakibat bukan hanya bersifat ke jangka pendek tetapi melainkan juga akan berakibat ke jangka panjang. Bisa jadi kegagalan investasi karena tingkat penjualan dibawah harga pasar (Irham Fahmi, 2016:86). Perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungannya akan tersingkir dari persaingan bisnis oleh pengusaha lain yang lebih mampu dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Seorang pelaku bisnis juga harus memperhatikan beberapa faktor Dalam memilih lokasi dalam mendirikan usaha, diantaranya yaitu akses yang mudah dijangkau, visibilitas kemudahan untuk dilihat dan lalu lintas yang banyak dilewati lalu lalang sehingga menjadikan peluang yang baik ke depannya.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk membuat penelitian berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan harga dan lokasi terdapat kepuasan konsumen di Toko Tas PUSGITTA (Pusat Grosir Tas Tanggulangin)”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Toko PUSGITTA (Pusat Grosir Tas Tanggulangin) harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan, harga dan lokasi agar diharapkan mampu meningkatkan penjualan perusahaan kembali.

Dari rumusan masalah diatas akan menimbulkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.toko tas PUSGITTA
2. Kualitas Pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara Parsial terhadap kepuasan konsumen.toko tas PUSGITTA

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dalam melakukan sebuah penelitian ini perlu ditentukan tujuan penelitian terlebih dahulu agar tidak keluar dari topik penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko tas PUSGITTA
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kapuasan konsumen di toko tas PUSGITTA
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di toko tas PUSGITTA

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tersebut :

### 1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan penulis mampu mengembangkan dan mengaji ilmu pengetahuan tentang kualitas pelayanan harga dan lokasi yang memengaruhi kepuasan konsumen.

### 2. Manfaat Secara praktis

#### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilaksanakan untuk mempraktikkan dan diharapkan akan menambah wawasan tentang permasalahan nyata yang terjadi di Toko PUSGITTA (Pusat Grosir Tas Tanggulangin)

#### b. Bagi Konsumen

Manfaat penelitian ini diharapkan konsumen dapat memilih produk-produk kulit yang sesuai apa yang diharapkan oleh konsumen.

#### c. Manfaat Bagi Toko PUSGITTA (Pusat Grosir Tas Tanggulangin)

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen dan pertimbangan dalam

membuat kebijakan pemasaran agar bersaing dengan persaingan yang parsial.

d. Bagi Universitas

Menambah pembedaraan perpustakaan dan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan tambahan pengetahuan mengenai pengembangan penelitian dibidang pemasaran.