

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia usaha sangatlah ketat, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan yang berusaha untuk merebut *market share* dan *new market* melalui beragam cara dan inovasi yang ditampilkan dalam produk atau jasa yang mereka hasilkan. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Perusahaan atau organisasi yang ingin sukses dalam aktivitas pemasaran harus memiliki kesadaran bahwa tidak mungkin bisa melayani semua pembeli yang tersedia di pasar. Calon pembeli juga memiliki tuntutan dalam pembeliannya, sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam melayani pembeli tersebut (Sukaris, S. 2018).

Keputusan pembelian dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah perusahaan jasa *wedding organizer*, sedangkan jasa itu sendiri produk yang tidak berwujud tetapi bisa dirasakan manfaatnya dari produk itu sendiri seperti apa yang di kemukakan menurut Zeinhaml dan Bitner dalam Ratih Hurriyati (2015:28) menyatakan bahwa “*Include all economic activities whose output is not physical product or construction, is generally consumed at the time it is produced, and prides added value in forms (such as convenience amusement, timeline, comfort or health) that are essentially intangible concerns of its first purchaser*”. Yang artinya “Pengertian jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan *output* selain produk dalam pengertian fisik, di konsumsi dan di produksi

pada saat bersamaan memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya”.

Industri jasa sangat beragam, sehingga tidak mudah untuk menyamakannya. Klarifikasi jasa dapat membantu memahami batasan-batasan dari industri jasa lainnya yang mempunyai masalah dan karakteristik yang akan diterapkan pada suatu bisnis jasa.

Menurut Sutan Malenggang (2019) *Wedding Organizer* merupakan ”bisnis jasa yang memberikan pelayanan jasa pengorganisasian segala aktivitas yang berkaitan dengan kebutuhan dalam suatu pesta pernikahan. Bisnis ini muncul karena adanya peluang dalam kehidupan modern yang menginginkan kecepatan, kemudahan, dan kepraktisan untuk mengatasi masalah *time deficiency* masyarakat perkotaan”. Semakin banyak bisnis yang menawarkan jasa pengorganisasian pernikahan, calon pengguna jasa harus lebih selektif memilih *Wedding Organizer* yang handal dan dapat dipercaya. Seiring dengan makin pesatnya teknologi dan perkembangan jaman yang menuntut semuanya serba instan, sepertinya masyarakat sekarang cenderung menyenangi segala hal yang berbau praktis dan ekonomis. Demikian juga halnya dalam bidang pesta pernikahan. Pernikahan yang merupakan suatu ikatan yang suci, memang idealnya hanya berlangsung sekali dalam seumur hidup, sehingga diperlukan suatu pesta pernikahan yang sebaiknya abadi untuk dikenang. *Wedding Organizer* sudah cukup lama ada, dimulai dari pesta-pesta adat dimana panitia pesta tersebut mulai membagi tugas masing-masing untuk mendukung suksesnya sebuah acara pernikahan.

Perusahaan dibidang jasa *Wedding Organizer* dibidang ini memiliki peluang yang cukup bagus karena biasanya pesta dilakukan tidak hanya pada satu pihak melainkan melainkan keduanya dan tidak jarang juga menggunakan satu *Wedding Organizer* yang sama dengan alasan bermacam-macam seperti halnya lebih hemat biaya, tenaga dan waktu. Seiring perkembangan jaman pula yang mendorong orang banyak menggunakan jasa *Wedding Organizer*, disamping menghemat waktu dan tenaga menjadi lebih praktis dan efisien. Disamping itu *Wedding Organizer* tidak hanya mencakup kota-kota besar melainkan sudah merambah ke kabupaten, kecamatan bahkan desa sekalipun, hal itu membuat persaingan semakin terbuka dan semakin banyak saling bersaing dalam bidang jasa ini.

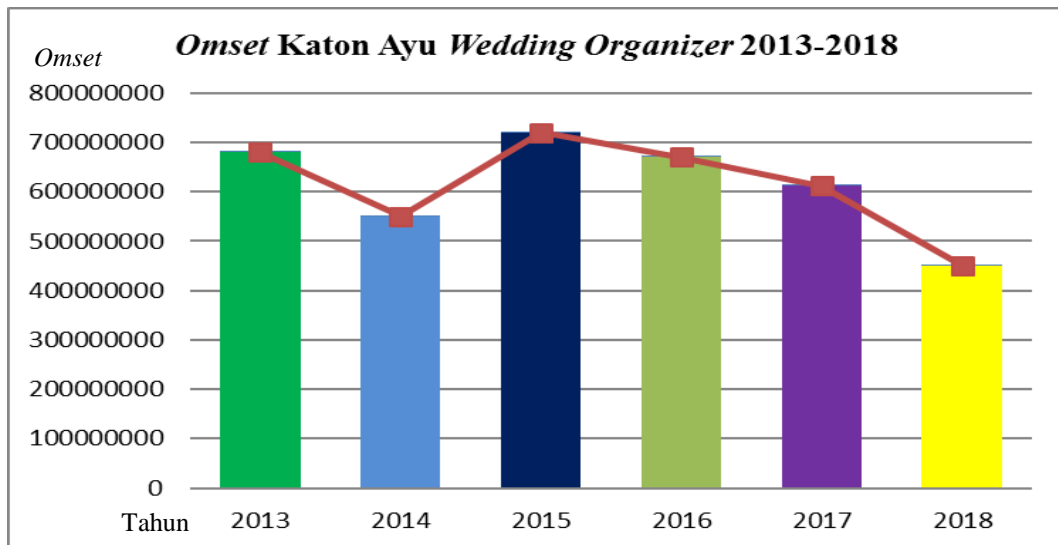
Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa *wedding organizer* dan dapat melayani beberapa jasa pernikahan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik ini memiliki lokasi yang strategis yaitu di Jl. Tanjung Hulu No. 3 GKB Gresik, yang merupakan tempat padat pemukiman, dengan banyaknya permintaan acara atau *event* besar yang menggunakan jasa tersebut. Banyaknya variasi serta item disetiap jenis jasa yang ditawarkan membuat Katon Ayu *Wedding Organizer* mampu mempertahankan eksistensi didunia jasa yang bergerak dibidang yang sama. Dengan terciptanya kepuasan konsumen diharapkan Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik dapat bersaing serta unggul dibanding kompetitornya. Beberapa keluhan pelanggan dalam kurun waktu periode kebelakang yang diperoleh dari Katon Ayu *Wedding Organizer*, sebagai berikut :

Tabel 1.1
Keluhan Pelanggan di Katon Ayu *Wedding Organizer*

No	Nama	Keluhan
1	Kurnia	Harga produk masih mahal
2	Maria	Kurang puas atas pelayanan karyawan
3	Maya	Rias pengantin kurang memuaskan
4	Tedi	Karyawan kurang sigap dan lamban
5	Putri	Potongan harga kecil dan biaya penambahan produk masuk mahal
6	Ingga	Fasilitas yang diberikan kurang memuaskan.
7	Bella	Keterlambatan pemasangan yang dilakukan Katon Ayu <i>Wedding Organizer</i>
8	Hana	Harga tambahan jarak ke lokasi hajatan mahal
9	Rima	Kurang puas atas pelayanan Katon Ayu <i>Wedding Organizer</i>
10	Devi	Harga <i>live music</i> tidak sesuai dengan kenyataan
11	Laras	Dekor pengantin kurang memuaskan

Sumber : Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa keluhan dari pelanggan yang secara tidak langsung menandakan ada ke tidak puasan pelanggan. Kotler dan Keller (2017;177) mengemukakan kepuasan pelanggan adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.” Maksudnya dengan mengetahui dan memenuhi kebutuhan pelanggan maka kita dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama untuk tidak beralih kepada *Wedding Organizer* yang lainnya. Dengan demikian dari data-data tersebut membuat beberapa pengaruh pelayanan kepada pelanggan yang tidak maksimal dan demikian pula penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang masalah yang ada di Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik adapun data *profit (omset)* Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik dari tahun 2013 sampai tahun 2018 dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Sumber: Katon Ayu Wedding Organizer Tahun 2013 – 2018

Gambar 1.1
Fluktuatif Omset Katon Ayu Wedding Organizer 2013-2018

Berdasarkan gambar di atas 1.1 dapat dilihat bahwa *omset* dari Katon Ayu *Wedding Organizer* pada periode tahun 2013 hingga tahun 2018 mengalami *fluktuatif* tertinggi terjadi pada tahun 2015 yaitu sebesar Rp. 720.000.000,-. Namun pada tahun berikutnya yaitu tahun 2016 hingga tahun 2018 Katon Ayu *Wedding Organizer* mengalami penurunan penjualan berturut-turut yaitu sebesar -7%, -9 % dan -17 %. Penurunan penjualan tersebut kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor yang tidak berjalan sesuai dan juga banyaknya persaingan dengan jenis usaha yang sama. menyebabkan *omset* tidak maksimal.

Indikator dalam keberhasilan kepuasan konsumen didalam perusahaan, dengan ukuran tanggapan atau respon yang baik oleh pelanggan terhadap masa depan usaha. Dengan memperhatikan kepuasan konsumen, maka perusahaan akan dapat mempertahankan keberadaannya Kotler dan Keller, (2009; 56). Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen menurut Daryanto dan

Setyobudi (2014; 53-54) di antaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Diharapkan para pemilik usaha, khususnya dalam bidang *wedding*, benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Saat ini banyak bisnis yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen, yang berguna bagi perusahaan untuk pencitraan yang baik bagi konsumen baru. Menurut Mowen dan Minor (2002; 89) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai sikap yang ditunjukkan oleh konsumen dengan memberikan penilaian setelah memperoleh dan mengonsumsi barang atau jasa. Persaingan yang sangat ketat memaksa setiap perusahaan saling bersaing dalam memberikan kepuasan kepada para konsumen.

Kualitas produk dari jasa yang ditawarkan oleh Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik menjadi faktor penentu perusahaan antara lain *Make Up*, baju, *Multimedia* dekorasi maupun peralatan yang lainnya dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pemakaian terhadap suatu produk jenis layanan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler dan Keller, 2009;140). Dalam hal ini yang akan dibahas penulis adalah Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik bisnis ini begitu menjajikan dan memiliki peluang besar di masa seperti sekarang ini dimana pola dan gaya hidup semakin tinggi sehingga masyarakat butuh bantuan *Wedding Organizer* untuk menangani

kebutuhan pernikahan baik itu *Make Up*, Baju, *Multimedia* dekorasi maupun peralatan yang lainnya.

Konsumen menggunakan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan, tetapi juga digunakan sebagai indikator kualitas produk dan layanannya (Assauri, 2012; 194). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas yang memiliki nilai lebih dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk.

Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Menurut Lovelock, dkk. (2010; 154), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan/konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik konsumen dan berdampak pada terjadinya kepuasan pelanggan sehingga memberikan pencitraan yang baik bagi perusahaan dan menarik minat pelanggan yang lainnya. Pemberian layanan tidak hanya berwujud tetapi juga tidak berwujud. Agar organisasi berhasil dalam jangka panjang, maka harus membuat layanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan penggunanya (Sukaris dan Pristyadi, 2019).

Penyedia layanan atau jasa dituntut untuk terus melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan pelayanan berkualitas. Produk dan jasa tidak memenuhi kualitas pelanggan dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya konsumen mencari penyedia jasa yang mampu memberikan kepuasan yang diinginkan konsumen untuk memenuhi

kebutuhannya. Untuk mengatasi hal tersebut tentunya penyedia jasa akan mengutamakan harga yang tepat, kualitas produk yang layak dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen akan memilih produk dan jasa yang memberikan nilai terbesar bagi mereka. Jadi cara mempertahankan pasar adalah dengan membuat konsumen puas, termasuk dengan memberikan mutu produk dan kualitas layanan yang terbaik. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Meskipun mempunyai kualitas produk yang baik, hal tersebut belum tentu membuat konsumen puas. Kepuasan konsumen juga tergantung pada kualitas layanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa. Kualitas layanan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain (Kotler, 2009;386).

Masalah kepuasan konsumen menjadi kompleks karena penyedia jasa perlu memperhatikan aspek-aspek lain yang ada pada kualitas produk dan kualitas layanan (Wibisono, 2011;50-51). Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah memperoleh laba yang besar dan juga menciptakan konsumen yang puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antar penyedia jasa dan konsumen menjadi harmonis, terciptanya loyalitas konsumen, dan juga membentuk suatu rekomendasi (Tjiptono, 2008;24).

Menurut Abdurahman (2015;2) pemasaran suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai

pasar sasaran serta tujuan perusahaan dan perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan tersebut agar tercapai.

Berdasarkan uraian maka menarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka perumusan masalah yang dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik?
3. Apakah kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik?
4. Apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Katon Ayu *Wedding Organizer* Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian yang dicapai sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di *Katon Ayu Wedding Organizer* Gresik.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di *Katon Ayu Wedding Organizer* Gresik.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di *Katon Ayu Wedding Organizer* Gresik.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di *Katon Ayu Wedding Organizer* Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berhubungan dengan beberapa sumber penelitian. Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi dan sumbangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

b. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang mempunyai obyek penelitian yang sama.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menjadi sarana bagi peneliti untuk menambah dan meningkatkan wawasan serta pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi *Katon Ayu Wedding Organizer* Gresik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan kepada pemilik *Katon Ayu Wedding Organizer* Gresik dan memberikan perhatian dalam hal kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.