

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan, dan jual beli termasuk didalamnya juga bisnis. Seperti yang dijelaskan pada surah An-Nisa ayat 29:

مِّنْكُمْ تَرَاضٍ عَن تِجَارَةٍ تَكُونُ أَوْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا أَمْوَالِ الَّذِينَ يَأْتِيهِمْ
رَحِيمًا بَيْنَكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا

Artinya: *“hai orang – orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dari jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”* (An – Nisa : 29).

Surat diatas mengatakan memakan harta yang didapat dari hasil pemaksaan, perjudian, pencurian, dan pencaharian yang hina dilarang oleh Allah SWT. Terhadap kaumnya yang beriman karena hal tersebut merupakan kebatilan.

Menurut Sudaryono (2016:78) kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimanan tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Indahningwati (2019:4), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:116), kepuasan konsumen merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer. Kepuasan konsumen dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba. Pemenuhan kepuasan konsumen diyakini merupakan syarat guna mewujudkan tujuan organisasi. Selain itu kualitas pelayanan salah satu hal yang menentukan kepuasan pelanggan.

Matahari *Department store* merupakan perusahaan ritel di Indonesia. Pada akhir 2021, Matahari *Department Store* tercatat mempunyai 148 kios di seluruh Indonesia, sejak awal tahun 2022 ini, perusahaan retail milik Group lippo tersebut telah menutup empat gerainya di Jakarta, Bogor, Yogyakarta, dan Bandung, sehingga totalnya menjadi 145 unit. Dalam www.cnbcindonesia.com (diakses pada 28 September 2022), alasan penutupan gerai itu lantaran secara bisnis gerai yang ditutup itu belum memberikan keuntungan yang signifikan bagi perusahaan dan bukan terdampak pandemi Covid-19.

PT Matahari *Department Store* Tbk (LPPF) membukukan penjualan kotor sebesar Rp 7,2 triliun pada semester I-2022 atau 9,2% lebih tinggi dari periode yang sama tahun 2021. Dalam <https://Investor.id> (diakses pada 28 September 2022), Perdagangan Lebaran yang sukses mendukung pencapaian EBITDA sebesar Rp 1,3 triliun dalam 6 bulan pertama tahun 2022, setara dengan EBITDA tahun penuh 2021, dan laba bersih sebesar Rp 918 miliar, tumbuh 72,5% dibandingkan dengan Rp 532 miliar pada semester I-2021, didukung

oleh tren penjualan bulan Juli yang kuat, perseroan meningkatkan panduan EBITDA 2022 dari Rp 2 triliun menjadi Rp 2,1 triliun, dan menargetkan pertumbuhan dua digit atas penjualan dan laba bersih untuk tahun 2023. Matahari *Department Store* merupakan gerai eceran yang besar.

Kepuasan terhadap pelanggan menjadi factor pendukung yang membentuk pelanggan menjadi loyal. Menurut (Lubis & Andayani, 2018) kepuasan pelanggan dapat mengacu pada bagaimana perasaan pelanggan tentang pelayanan yang disajikan dibanding dengan perasaan yang di inginkan. Menurut (Premayani & Yoga, 2019) kepuasan konsumen akan menjadi pertimbangan terhadap perkembangan suatu industry kedepannya, lalu ada beberapa hal yang perlu diubah sebab pelanggan kurang puas bahkan dirugikan. Konsumen merasa tidak puas pasti tidak mungkin kembali dan akan mengadakan perasaan tidak puasnya ke konsumen lainnya. Tentu hal ini menjadi resiko besar bagi pengusaha.

Kualitas produk sangat terkait dengan keputusan pelanggan dalam membatalkan apakah akan membeli produk atau tidak. Menurut Kotler dalam Adisaputro (2010:172), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi konsumen. Kotler dan Keller (2012: 150) mendeskripsikan kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Harga menjadi sangat penting bagi pelanggan karena akan menjadi pedoman untuk mengukur kesesuaian antara manfaat produk yang diterima

dengan pengorbanan yang telah diberikan baik berupa uang maupun pengorbanan tertentu, pelanggan akan menjadikan harga sebagai salah satu standar tingkat kepuasan yang dirasakan karena harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen (Tomida dan Budhi, 2016). Menurut Oentoro (dalam Sudaryono, 2016:216) harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lainnya untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Konsumen yang sadar akan harga produk akan tahu kualitas barang yang mereka terima sesuai jumlah uang yang dikorbankan, tidak jarang konsumen menuntut alternatif harga yang lebih murah dengan kondisi produk yang sama. Hulton dalam Malik et al. (2012) yang mengklaim bahwa sekarang banyak konsumen yang mencoba memaksimalkan nilai untuk uang yang dihabiskan, menuntut kualitas yang lebih baik pada harga yang lebih rendah.



Gambar 1. 1 Mall Mandau City Duri, Riau

Salah satu *Departement Store* yang ada di Kota Duri Riau dan berkembang saat ini yaitu Matahari *Departement Store* Mall Mandau City

Duri Riau. Matahari *department store* merupakan salah satu pilihan tempat untuk berbelanja karena Matahari mempromosikan beberapa kenyamanan yang dapat mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan dan pembelian ulang.

Alasan inilah yang kemudian menjadi bahan dan dasar penelitian bagi mengetahui **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Matahari *Department Store* Mall Mandau City Duri Riau”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Matahari *Department Store* Mall Mandau City Kota Duri Riau?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Matahari *Department Store* Mall Mandau City Kota Duri Riau?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Matahari *Department Store* Mall Mandau City Kota Duri Riau?

4. Apakah Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Matahari *Department Store* Mall Mandau City Kota Duri Riau?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas harga terhadap kepuasan pada PT.Matahari *Department Store* Mall Mandau City Kota Duri.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pada PT.Matahari *Department Store* Mall Mandau City Kota Duri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada PT.Matahari *Department Store* Mall Mandau City Kota Duri.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada PT.Matahari *Department Store* Mall Mandau City Kota Duri.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis.

1. Teoritis
 - a. Memberikan kontribusi ilmu dan pengetahuan mengenai analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada obyek tertentu.

- b. Dapat digunakan sebagai referensi mengenai penelitian selanjutnya tentang kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan tertentu.

2. Praktis

- a. Bagi peneliti, memperluas wawasan dan pengetahuan tentang faktor dominan apa saja yang dapat meningkatkan pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Penelitian ini juga diharapkan mampu memahami setiap konsumen dari suatu perusahaan dengan merealisasikan fungsi pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.