

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini dunia usaha mengalami perkembangan yang sangat pesat. Begitu juga konsumen dengan berbagai banyak produk tentunya konsumen semakin cerdas dalam memilih produk yang akan di konsumsi. Hal tersebut menjadi pendorong sekaligus tantangan suatu perusahaan untuk menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Perusahaan yang dapat menjaring pelanggan sebanyak – banyaknya, perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan yang besar pula (Bachriansyah, 2011). Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis, yang mana bisa dilihat dengan semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan harapan dan keinginan konsumen, sehingga tiap unit usaha bisnis harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sebagai salah satu tujuan utama suatu toko atau pun perusahaan.

Setiap perusahaan harus menjaga kualitas demi terciptanya kepuasan konsumen. Dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Salah satu hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih produk yang berkualitas adalah dengan melihat bentuk fisiknya atau brand. Karena banyak konsumen yang beranggapan bahwa dengan membeli barang yang sudah

jelas brand nya, maka jelas dan terjamin pula kualitas produk tersebut. Dengan pemilihan produk yang baik, maka terdapat kualitas produk yang baik dan dapat membuat konsumen merasa puas dan akan melakukan order dikemudian hari. Maka dari itu, sebuah toko diharuskan untuk dapat meningkatkan secara terus menerus kemampuan produksinya dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen umumnya mengharapkan produk atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003: 28).

Seorang pelanggan akan merasa puas biasanya dikarenakan adanya pengalaman melakukan pembelian terhadap suatu produk yang dikonsumsi atau digunakan. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membentuk pelanggan untuk loyal terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2009: 143) Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan.

Perkembangan kebutuhan dan tingkat konsumsi beras di Indonesia sangat tinggi, karena beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia. Beras dipilih menjadi pangan pokok karena sumber daya alam lingkungan mendukung penyediaannya dalam jumlah yang cukup, mudah dan cepat pengolahannya, memberi kenikmatan pada saat menyantap, dan aman dari segi kesehatan. Menurut Abraham Maslow (1994) kebutuhan adalah tingkah laku setiap individu yang berdasarkan pada prinsip keinginan serta terorganisir antara satu dengan yang

lainnya. Pengaruh ini saling melengkapi satu sama lain, sehingga ada tingkatan yang lebih dominan.

Kebutuhan dan tingkat kepuasan konsumen akan beras berbeda-beda antara konsumen satu dengan lainnya. Banyak konsumen beras saat ini memilih beras murah dengan kualitas produk yang bagus namun ada juga yang memilih beras dengan kualitas dan citarasa yang bagus. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini di jadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan (Supranto, 2001:224).

Kepuasan konsumen adalah evaluasi pembeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang di pilih memenuhi atau melebihi harapan. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan (Tjiptono, 2014)

Dilihat dari sudut pandang konsumen, konsumen yang merasa puas dengan suatu produk dari toko tersebut pastinya akan memakai kembali produk yang sama. Umumnya semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap suatu produk maka semakin besar pula daya produk tersebut. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet. Produk yang awet akan di persepsikan lebih berkualitas di banding produk yang cepat habis atau cepat diganti. Ketika konsumen sudah menyukai sebuah produk, pasti membeli berulang kali. Namun, mereka akan kecewa jika barang atau jasa yang dibutuhkan tidak tersedia atau barang tersebut tidak sesuai dengan produk yang mereka inginkan, sehingga konsumen berpaling ke merek lain. Oleh karena itu, temukan cara terbaik untuk

meningkatkan keawetan dengan tetap memperhatikan produk yang sesuai denganselera konsumen.

Durability yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tepat. *Durability* berkaitan denganberapa lama atau umur produk dapat bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.Jadi pengelolah toko harus dapat memperhatikan produk yang ada di toko. Tentunya dengan pola penggunaan dan perawatan yang masuk akal alias rasional

Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan. Produk yang tahan lama atau awet akan membuat konsumen puas dan setia dengan produk tersebut karena konsumen merasa diuntungkan dengan produk yang tidak mudah rusak. Namun apabila suatu perusahaan memproduksi suatu produk yang kurang berkualitas. Misalnya beras, apabila sudah banyak yang patah, hancur dan banyak remah (menepung) menempel ditelapak tangan, menunjukkan bahwa beras telah disimpan dalam waktu yang lama dan sebaiknya tidak dikonsumsi. Masalah-masalah tersebut menyangkut dimensi *durability*.

Pada suatu toko, *reliability* yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan memuaskan konsumen sangat di perlukan. Kinerja perusahaan harus sesuai dengan harapan konsumen, yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen dan sikap yang simpatik. *Reliability* mempunyai kemampuan untuk menunjukan bahwa pelayanan yang diberikan dapat di percaya dan akurat.

Menurut parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2006:182) berpendapat *reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang di janjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan.

Reliability merupakan hal yang berhubungan dengan probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dan juga berhubungan dengan kemungkinan sebuah produk dapat bekerja secara memuaskan dalam periode waktu tertentu. Dalam keadaan normal permintaan dan harga mempunyai hubungan yang negatif atau terbalik. Artinya, semakin tinggi harga ditetapkan semakin kecil permintaan. Konsumen sendiri memiliki persepsi mengenai harga bahwa semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produk (Stanton, 1995).

Menentukan harga jual produk dengan tepat dapat meningkatkan keuntungan dalam perusahaan atau sebuah toko. Harga suatu produk tidak begitu saja dapat ditetapkan. Apabila harga ditetapkan terlalu tinggi, bisa membuat jumlah penjualan menurun. Namun apabila harga ditetapkan terlalu rendah, bisa jadi tidak menutup sejumlah biaya yang telah dikeluarkan perusahaan. Untuk itu dalam menentukan harga produk, pemasar memerlukan suatu strategi tertentu. Langkah penentuan kebijakan harga, dimulai dengan

pemilihan tujuan penetapan harga, memperkirakan penawaran, menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing, dan akhirnya memilih harga yang tepat.

Harga merupakan salah satu faktor penting dari sisi penyedia jasa untuk memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu harga harus ditetapkan, Tjiptono (2008), Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan.

Seiring dengan perkembangan bisnis, banyak toko-toko tersebar di seluruh Indonesia salah satunya di Tentena. Toko atau Retail merupakan suatu usaha bisnis yang berusaha untuk memasarkan barang atau jasa kepada konsumen akhir yang menggunakannya itu untuk keperluan pribadi serta rumah tangga (Berman dan Evans, 2010). Toko yang tersebar di Indonesia itu ada bermacam-macam misalnya toko sembako. Sembako merupakan kebutuhan pokok semua orang yang tentu sudah pasti akan laku di pasaran. Sembako sendiri merupakan singkatan dari Sembilan Bahan Pokok. Salah satu toko yang ada di Tentena yaitu toko Harapan Baru Toko tersebut adalah toko sembako kecil yang umumnya mudah di akses umum dan bersifat lokal. Toko ini berlokasi di Tentena tepatnya di daerah sekitar Tandongkayuku dengan jumlah penduduk yang cukup ramai dan mudah diakses oleh masyarakat dari daerah lain.

Sembako yang dijual di toko ini salah satunya beras yang merupakan kebutuhan penting bagi manusia. Beras yang di jual di toko tersebut sangat berkualitas dan dapat dijamin kualitasnya. Toko ini memiliki 3 orang karyawan yang diharapkan mampu bekerja sama, disiplin dan dapat melayani konsumen

dengan baik sehingga konsumen merasa puas. Toko ini memberikan pelayanan dengan tingkalaku sopan dan tutur kata yang baik, memberikan suasana yang nyaman di dalam toko serta melayani kemungkinan adanya retur atau penukaran penukaran barang dari pembeli. Kemampuan dalam memberikan pelayan pada toko ini sesuai dengan harapan konsumen yaitu ketetapan waktu dan pelayanan yang di percaya serta akurat, pernyataan ini salah satu dari *reliability*.

Pemilik toko ini merupakan seorang wiraswasta yang mempunyai usaha dibidang lain yang mempunyai kaitan erat dengan toko tersebut. Pemiliknya sendiri mempunyai usaha Penggilingan padi dan juga merupakan petani besar yang cukup terkenal di daerah seputaran Tentena sehingga usaha yang didirikannya itu cukup berkembang. Untuk pasokan sembako dalam hal ini yaitu beras bisa dikatakan merupakan hasil dari pengolahan sendiri dan dijamin kualitasnya. Beras yang ada di toko ini ada bermacam macam sehingga konsumen yang membeli akan memili beras yang mereka inginkan. Daya tahan produk beras pada toko ini tidak di ragukan lagi karena bisa bertahan lebih lama.

Toko ini menjual berasnya ke semua kalangan masyarakat yang ada di Tentena. Tidak hanya itu, beras yang jual di toko ini dipasarkan bukan hanya di daerah Tentena saja akan tetapi ada konsumen dari luar daerah Tentena yang membeli beras kepada mereka.

Dalam penjualan beras sering terjadi perubahan harga baik penurunan harga maupun peningkatan harga. Saat ini ada sedikit masalah yang terjadi dikarenakan gagal panen yang di hadapi oleh pemilik toko ini bahkan petani lain, sehinggamengakibatkan beras yang dihasilkan oleh mereka tidak seperti panen

sebelumnya karena beras yang mereka hasilkan hanya sedikit. Panen kali ini membuat harga beras naik sebesar Rp. 12.000/kg. namun toko ini tetap menyediakan beras yang berkualitas sehingga konsumen akan tetap merasa puas dan melakukan pembelian kembali.

Berdasarkan uraian dari latar belakang dalam penelitian ini maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh *Durability*, *Reliability* dan Harga beras terhadap kepuasan konsumen pada toko Harapan Baru Tentena”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah di kemukakan di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini :

- 1.2.1. Apakah *durability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Harapan Baru tentena?
- 1.2.2. Apakah *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Harapan Baru Tentena?
- 1.2.3. Apakah harga beras berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Harapan Baru Tentena?
- 1.2.4. Apakah *durability*, *reliability*, dan harga beras berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada toko Harapan Baru Tentena?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian :

- 1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh *Durability* terhadap kepuasan konsumen pada toko harapan baru Tentena.
- 1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan konsumen pada toko harapan baru Tentena.
- 1.3.3 Untuk mengetahui pengaruh harga beras terhadap kepuasan konsumen pada toko Harapan Baru Tentena.
- 1.3.4 Untuk mengetahui pengaruh *Durability*, *Reliability* dan Harga beras berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada toko harapan baru Tentena.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yaitu sebagai berikut :

- 1.4.1. Bagi pembaca penelitian ini di harapkan dapat menamba pengetahuan, wawasan dan pengalaman yang sangat di butuhkan dalam dunia kerja kepegawaian.
- 1.4.2. Bagi penulis sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studistrata (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsimar
- 1.4.3. Dalam penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dan informasi yang berguna bagi konsumen pada toko harapan baru Tentena.