BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian pada umumnya senantiasa mengalami perubahan dari waktu ke waktu dan dapat ditunjukkan dengan semakin banyaknya perusahaan pertokoan/butik, baik toko-toko kecil maupun toko-toko besar yang kesemuanya bersaing untung mempertahankan kelangsungan hidupnya. Karena ketatnya persaingan dan bergerak dalam bidang yang sama mengakibatkan salah satu pertokoan akan mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan atau mencari laba yang sebesar-besarnya, apalagi dalam keadaan ekonomi yang tidak stabil seperti sekarang ini, dimana konsumen membelanjakan uangnya hanya untuk kebutuhan primer saja. Salah satu faktornya adalah kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pengusaha mengenai perilaku konsumen itu sendiri, apa yang dicari konsumen, apa yang dibutuhkan konsumen dan apa yang diinginkan konsumen sehingga konsumen akan merasa puas. Menurut Day dalam Tjiptono (1995: 27) kepuasan dan ketidakpuasan konsumen adalah responden konsumen terhadap evaluasi kesesuaian atau ketidaksesuaian (*disconinformation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual (produk yang dirasakan setelah pemakaian). Untuk itu perusahaan perlu mengadakan pendekatan secara terus menerus terhadap konsumen.

Sehubungan dengan hal tersebut maka pengembangan kelengkapan dan fasilitas yang disesuaikan terlebih dahulu agar perusahaan tetap dapat produktif. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai perilaku konsumen/pembeli dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Untuk memenuhi semua kebutuhan konsumen tentu saja tidak mungkin. Karena masing-masing konsumen mempunyai keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Perbedaan ini bisa terjadi karena perbedaan status sosial, pendidikan, penghasilan, selera dan sebagainya, tapi sebagai sebuah perusahaan yang maju dan berkembang harus berusaha memenuhi segala kebutuhan konsumen yang akan membuat konsumen puas, sehingga dengan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, akan berdampak terhadap konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau biasa disebut dengan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen akan suatu barang atau jasa dengan melakukan pembelian ulang barang atau jasa tersebut secara terus menerus, kebiasaan itu termotivasi sehingga sulit diubah dan sering berakar dalam keterlibatan yang tinggi (Engel, Blacwell dan Miniard, 1995: 37).

Dengan melihat berbagai keberadaan status inilah yang melatarbelakangi masalah penelitian. Sehingga hasil penelitian diharapkan dapat mengetahui pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap niat pembelian kembali kain batik di Setran Batik Danarhadi Surakarta. Maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: **"PENGARUH KEPUASAN**

KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI KAIN BATIK DI SENTRA PASAR BATIK DANARHADI SURAKARTA".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan urian diatas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap niat pembelian kembali kain batik di Sentra Pasar Batik Danarhadi Surakarta.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai melalui penulisan skripsi ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat pembelian kembali kain batik di Sentra Batik Danarhadi Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun dari hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan atau masukan bagi Sentra Pasar Batik Danar Hadi Surakarta tentang apa yang menjadi kelemahan dan kelebihan dari faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat pembelian kembali kain batik di Sentra Pasar Batik Danarhadi Surakarta.

2. Bagi Universitas

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran untuk Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bagi Penulis

   Diharapkan dalam penelitian ini penulis dapat menerapkan teori-teori yang telah ditempuh selama kuliah, sekaligus mendapat pengetahuan dan informasi mengenai arti penting suatu kepuasan bagi konsumen.

E. Sistematika Penelitian

Adapun agar mempermudah penyusunan skripsi ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang akan mencantumkan teori-teori yang akan dijadikan landasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian, analisis dan pemecahan masalah, hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi kerangka pemikiran, jenis penelitian lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, variabel penelitian,

sumber data, definisi operasional, metode pengambilan data, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis data yang diperoleh dengan menggunakan teknik analisis yang telah ditetapkan oleh penulis untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan dan pembahasan yang berisikan gambaran umum objek peneliti, data yang diperoleh, analisis data dan pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan terbukti tidaknya hipotesis, keterbatasan penelitian dan saran.