

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang ada di Indonesia. Di era globalisasi memperluas pasar produk dari perusahaan di Indonesia, dan di sisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang semakin ketat antara perusahaan domestik. Persaingan dalam dunia usaha akan mendorong perusahaan-perusahaan akan berlomba agar bisa menjadi pemimpin pasar. Setiap perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan strategi-strategi bisnis yang baru agar bisa mempengaruhi pasar dan merebut pangsa pasar yang luas.

Peranan perilaku konsumen diperlukan untuk mencapai tuntutan dan kebutuhan pasar sasaran sebagai usaha persuasif dari perusahaan untuk merangsang dan agar konsumen mencapai kepuasan dalam pembelian. Karena itu pihak perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui informasi yang ditujukan pada konsumen sasaran sehingga produk yang ditawarkan teraktualisasi.

Adanya persaingan susu yang banyak serta peluang pasar yang masih luas, diperlukan segmen-segmen pasar untuk menempatkan posisi produk. Dengan melakukan segmentasi pasar, pada akhirnya usaha dapat menyusun suatu strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat dengan segmentasi pasarnya, agar dapat mengidentifikasi keinginan konsumen dengan memperhatikan kebutuhan, harapan dan kemampuan konsumen

sangat penting bagi keberhasilan suatu sistem pemasaran untuk mendapatkan pelanggan setia dan mempertahankannya. Namun, ini bukan tugas yang mudah bagi pemasar, karena beberapa perusahaan dan merek bersaing secara bersamaan untuk mempertahankan pelanggan dan mendapatkan keuntungan berlimpah. Seiring persaingan dan pengaruh lingkungan lainnya meningkat secara global, jelas bahwa ada penekanan yang meningkat pada peningkatan kualitas dan pengurangan biaya untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dalam ekonomi pemasaran, pelanggan adalah sumber kehidupan setiap organisasi, dan tanpa pelanggan, tidak ada organisasi yang dapat keberadaannya.

Dalam industri minuman, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi mungkin merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan untuk Kepuasan Pelanggan.

Menurut Tjiptono (2002:146) kepuasan konsumen adalah respon konsumen atau pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Pada dasarnya pengertian dari kepuasan konsumen mencakup perbedaan antar harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Dengan penjelasan yang sudah dikemukakan sebelumnya. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MOM MILK CABANG MANAHAN SOLO”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo?
4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang ada sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo.
2. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo.
3. Untuk menganalisis Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo.
4. Untuk menganalisis Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Mom Milk cabang Manahan Solo.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian tersebut antara lain adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Mom Milk cabang Manahan Solo

Hasil dari penelitian ini bisa digunakan sebagai tolak ukur dalam Kepuasan Pelanggan Mom Milk cabang Manahan Solo.

b. Bagi Pelanggan

Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan bahan evaluasi dalam mempertahankan pelanggan.

c. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pembelajaran ilmu pengetahuan dibidang manajemen, khususnya di konsentrasi pemasaran.

d. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan penelitian selanjutnya sebagai bahan acuan untuk menyusun penelitian yang lebih spesifik dibidang manajemen pemasaran.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan pemahaman skripsi, penulis akan uraikan sistematika skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang merupakan penjelasan dari teori tentang Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain itu bab ini juga berisi tentang bahasan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi variabel penelitian serta definisinya, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data dan analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan hasil penelitian, analisis data, dan penjelasannya secara lengkap.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran yang relevan berdasarkan hasil penelitian yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN