

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan jasa (Dewi, 2013). Yuniarti (2015), menyatakan bahwa konsumen dapat beragam dari sudut jenis kelamin, usia, status sosial, yang akan berpengaruh pada cara mereka melakukan proses memilih sampai membuang produk tersebut. Ketatnya persaingan dagang membuat masing-masing penyedia jasa dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang prima kepada pelanggan agar kepuasan dapat terpenuhi (Ngatmo and Bodroastuti, 2012)

Dengan melihat konsumen yang ada dan bermacam-macam perilakunya, maka kebutuhan setiap konsumen juga berbeda dan beragam dengan keinginan dan tingkat kepuasan yang berbeda (Faizah, Suryoko and Saryadi, 2013). Menurut Mowen dan Minor (Yuniarti, 2015), kepuasan konsumen adalah koherensi sikap konsumen yang ditampilkan ketika konsumen mendapatkan barang yang sudah diperoleh dan menggunakannya. Dijelaskan kembali oleh Yuniarti (2015) kepuasan konsumen juga merupakan buah dari penelitian evaluatif seseorang yang disebabkan oleh seleksi pembelian secara khusus dan pengalaman konsumen menggunakan barang atau mengonsumsi jasa tersebut

Faizah dkk.(2013) menyatakan bahwa kesuksesan suatu usaha tergambar dari sejauh mana pemasar yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Apabila pelanggan belum puas dan belum menemukan apa yang dia inginkan

maka kemungkinan pelanggan akan pindah ke tempat lain, hal tersebut menyebabkan turunnya angka penjualan yang diikuti berkurangnya pangsa pasar (*market share*) sehingga berdampak pada menurun laba yang dapat menimbulkan kerugian bagi usaha itu sendiri (Ranto and Dwi, 2014). Ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen merupakan akibat dari beberapa hal yang belum didapatkan oleh konsumen saat melakukan pembelian produk di sebuah toko, hal yang bisa membuat ketidakpuasan konsumen tersebut bisa dari pelayanan yang kurang maksimal (Sunyito, 2015).

Maulidah dkk.(2019) menyatakan bahwa konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan. Rasa kepuasan merupakan sesuatu yang diinginkan oleh setiap konsumen bisa berupa layanan, kualitas produk, jenis produk tersebut, dan dapat dipenuhi oleh tempat usaha, sehingga membuat konsumen merasa puas dan bisa kembali ke tempat usaha tersebut untuk membeli kebutuhan yang diinginkan (Musanto, 2004). Pentingnya menjaga kepuasan konsumen pada perusahaan dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik, dan ini diharapkan bagi pelanggan untuk dapat melakukan transaksi berulang (Widjoyo, 2014).

Toko Buah IBP yang beralamat di Jl. Supriyadi, Desa Plangitan, Kec. Pati, Kab. Pati, Jawa Tengah 59113, dalam mengelolanya pemilik Toko Imam Buah Pati tersebut memperkerjakan kurang lebih 5 karyawan pada toko. Wawancara dilakukan Untuk mengetahui permasalahan ini, penulis melakukan wawancara dengan 3 orang pembeli

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan B (35), ia adalah seorang karyawan swasta di berada di Kota Pati pada tanggal 12 Oktober 2022, ia menyatakan bahwa dirinya pernah berbelanja ditoko Imam Buah Pati. Narasumber mengaku bahwa kurang menyukai berbelanja di toko IBP dikarenakan pada satu peristiwa ia pernah merasa dikecewakan. Hal ini didapati ketika B memesan parcel buah seharga Rp.100.000 yang sudah B pesan sejak malam H-1 untuk menjenguk saudaranya yang sakit, karena keterbatasan waktu B sebagai karyawan swasta, Ia menyempatkan waktunya pada jam istirahat di sela sela kerjanya yakni sekitar jam 1 siang. Kemudian besoknya B berniat mengambil pesanan parcel buah yang sudah dipesan semalam. Namun betapa kesalnya B ketika mendapati parcel yang B pesan belum dibuat, sedangkan waktu yang dimiliki B sangat terbatas. Hal ini membuat B marah kepada karyawan toko yang dianggap B teledor dalam merekap pesanan. B meminta agar pesannya dibuat sesegara mungkin dengan meminta mendahulukannya dengan customer lain yang sedang berbelanja. Akibat keterlambatannya B menjadi terburu buru dalam perjalanan menuju rumah sakit, semenjak kejadian yang tidak nyaman tersebut B memutuskan tidak lagi berbelanja di toko IBP Pati.

Kemudian wawancara kedua yang dilaksanakan pada tanggal 13 Oktober 2022, dengan U (35). U menyatakan bahwa ia adalah seorang guru yang bekerja di salah satu sekolah menengah pertama Pati dan ia mengaku pernah berbelanja buah Toko Imam Buah Pati. Ia berkata bahwasanya dulunya ia adalah pelanggan yang sering berbelanja buah di IBP Pati. U beranggapan bahwa dia tidak memasalahkan harga sama sekali. Ia juga berlangganan kurang lebih selama 1

tahun. Namun semenjak perombakan karyawan yang dilakukan pada tahun ini di IBP. U mengaku bahwa ia kurang suka dengan anak-anak baru tersebut. Karena selain tidak cakap ia mengaku kurang bisa mendapatkan informasi yang akurat tentang jenis dan harga buah yang U akan beli. Sebagai contoh ketika U hendak berbelanja jeruk medan sebanyak 6 kg yang ia akan gunakan untuk acara keluarga. U memilih jeruk medan karena kualitasnya yang bagus dan daging yang tebal. Setelah sesampainya rumah dan U menghidangkan dalam keadaan dingin. Adik mengatakan bahwa jika jeruk yang dibeli bukan seperti biasanya. Setelah ditelusuri jeruk yang U beli adalah jenis jeruk Jawa Timur yaitu jember yang kualitasnya dibawah jeruk medan. Oleh karena itu U merasa kecewa dengan kesalahan yang dibuat karyawan baru. Semenjak kejadian itu U mau masih mau berbelanja tapi dengan syarat si pemilik sendiri yang melayani U.

Selanjutnya berdasarkan wawancara ke 3 yang dilakukan pada 14 Oktober 2022, penulis melakukan wawancara terhadap S (30) yang merupakan seorang karyawan swasta yang berdomisili di Pati. S mengaku pernah berbelanja di IBP Pati. Terus terang ia kurang menyukai karyawan yang bekerja di IBP Pati pasalnya saat ia hendak berbelanja tepatnya bulan lalu pada sore hari, S mendapat pelayanan yang menurut S membuat tidak nyaman dan karyawan yang cenderung kurang mempedulikannya, seperti halnya saat berbelanja penjual memegang HP sembari melayani S. Atas ketidaknyamanannya S memutuskan tidak lagi sering berbelanja di IBP. Karena menurutnya pelayanan yang baik dengan ramah tamah serta komunikasi yang baik sangat diperlukan S untuk berbelanja, agar lebih

maksimal dalam memilih barang dan mempengaruhi mood S dalam berbelanja buah itu sendiri.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan konsumen (Adhari, 2021). Tjiptono (2012) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah suatu bentuk tindakan guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan akurasi dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Tjiptono (2012) menyatakan bahwa setidaknya ada lima faktor utama yang mengukur kualitas layanan: berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati

Menurut Bedi (2010), memberikan layanan berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan konsumen. Membuat pelanggan untuk termotivasi untuk berkomitmen terhadap suatu produk adalah dengan meningkatkan kinerja perusahaan yang maksimal salah satunya adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan (Ibrahim and Thawil, 2019).

Bentuk pelayanan yang baik pada konsumen dapat meliputi banyak aspek yaitu seperti keramahan, kepercayaan, dan menciptakan rasa aman serta bebas resiko pada konsumen (Maulidah dkk., 2019). Sedangkan menurut Zeithaml dkk (1990) menyatakan bahwa setidaknya ada lima dimensi kualitas pelayanan yang tidak berwujud, yaitu Bukti fisik (*tangible*), Empati (*emphaty*) meliputi kemudahan Daya tanggap (*responsiveness*), Keandalan (*reliability*), Jaminan (*assurance*).

Sembiring (2014) menyatakan bahwa tentu dengan layanan yang baik bisa membuat konsumen merasa nyaman saat berkunjung ke toko baik terhadap produk maupun layanan yang diberikan akan bisa menimbulkan kepuasan konsumen. Hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen juga tidak terlepas dari kreativitas pelayanan yang ditawarkan suatu perusahaan kepada konsumen (Sembiring, 2014). Selain itu untuk menciptakan layanan yang berkualitas yang berdampak pada kepuasan konsumen maka perusahaan harus mampu memahami antara tingkat persepsi dan harapan pelanggan yang didapatkan dari apa yang didapatkan (Hidayat dkk., 2009)

Oleh karena itu kepuasan konsumen sangat perlu dijaga karena dengan adanya kepuasan dalam diri konsumen maka suatu usaha akan tetap bertahan di tengah-tengah persaingan (Sayekti dkk., 2012). Dengan demikian perusahaan juga dituntut untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan menjaga kualitas produk dengan baik, tempat usaha atau toko bisa memantau pelayanan apa yang diinginkan oleh konsumen agar saat berkunjung ke toko bisa nyaman (Amperaningrum, 2013). Kualitas pelayanan yang baik ini tentu perlu diperhatikan oleh pengusaha agar bisa memenuhi keinginan konsumen, karena keinginan pelayanan yang ingin didapatkan tiap konsumen pasti berbeda (Meithina, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian oleh (Setiawan dkk., 2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen” menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Penelitian lain dari Widjoyo, Rumambi dan Kunto (2019) dengan penelitian yang



berjudul “Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald’s Basuki Rahmat di Surabaya” menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di toko Imam Buah Pati”.

### **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris “Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di toko Imam Buah Pati”

### **C. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis kepada berbagai pihak. Adapun manfaat ini sebagai berikut

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat didalam pengembangan ilmu psikologi terutama dalam bidang psikologi konsumen yang berkaitan dengan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi toko buah, dapat memberikan tambahan wawasan tentang kondisi yang mempengaruhi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen
- b. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk meneliti lebih dalam tentang kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen