

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada bidang interior, perkembangan gorden tak kalah dengan perkembangan busana. Dengan kehadiran gorden bisa mempercantik penampilan interior rumah. Kebanyakan masyarakat hanya mengetahui bahwa fungsi gorden hanya sebagai penutup jendela untuk melindungi ruangan dari pancaran sinar matahari, padahal selain itu ada fungsi gorden lainnya, yaitu dapat memperindah atau mempercantik penampilan pintu, jendela, serta ruangan (Maulani & Lestari, 2023).

Gorden adalah sebuah kebutuhan primer bagi sebuah rumah. Itu artinya setiap pembangunan rumah baru dan setiap pembelian sebuah unit rumah bisa berarti juga terjadi pembelian satu set gorden. Dalam menjalankan usaha gorden, yang perlu dipahami pertama adalah peruntukan gorden itu sendiri. Karena gorden berfungsi sebagai pelindung dari udara luar dan panas matahari. Sebagai pelindung dari pandangan dari luar serta bisa menjadi semacam sket atau pembatas ruangan yang efektif. Menyikapi perbedaan fungsi ini, tentu pembuatan gorden juga bisa menjadi bervariasi (Ainah et al., 2021).

Pada perkembangan zaman ini, dimana semakin banyak didirikan bangunan seperti perkantoran, perumahan, dan rumah-rumah dengan desain yang cukup modern. Hal ini berdampak terhadap timbulnya minat di masyarakat akan produk-produk gorden dan interior yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan sekunder maupun tersier, seperti menata ruangan tempat

tinggal agar terlihat lebih bagus dan nyaman untuk ditinggali. Oleh karena itu, mulai banyak munculnya perusahaan-perusahaan penyedia produk-produk gorden dan interior di pasar saat ini, khususnya di Kota Pati

Dalam rangka memberikan rasa puas kepada konsumen, maka perusahaan harus dapat menyediakan atau menjual barang atau jasa yang layak sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Perusahaan harus mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk dan bagaimana menjaga hubungan dengan konsumen yang membeli produk perusahaan menjadi konsumen yang loyal pada perusahaan tersebut. Perusahaan interior saat ini sudah sangat banyak, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk-produk interior yang bisa memberikan kepuasan terhadap konsumen itu sendiri dalam menata rumah, kantor, dan kamar.

Salah satunya adalah Jessica Gorden dan Interior Pati yaitu penyedia produk-produk interior yang berada di Pasar Juwana baru, blok J, no 24, Bajomulyo, Kec. Juwana, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Yang memiliki total 5 pegawai produksi 3 dan penjaga toko 2. Untuk usaha Gorden dan interior, mempertahankan konsumen yang setia merupakan suatu usaha yang wajib dilakukan oleh pelaku usaha ini, dengan banyaknya toko gorden dan interior yang berdiri membuat konsumen mempunyai banyak pilihan. Salah satunya adalah usaha Jessica Gordeen yang ada di kecamatan juwana, Usaha Jessica Gordeen ini berdiri pada tahun 2009 yang lalu. Sejak berdirinya usaha Jessica Gordeen ini membantu masyarakat yang membutuhkan perlengkapan hiasan rumah dengan harga terjangkau dan bisa dilakukan cicilan agar tidak terlalu

berat membayar penuh, dikarenakan memang Teekstil Gordeen mempunyai harga yang cenderung tinggi. Meeski pada umumnya gordeen bukan jenis barang yang berumur pendek, namun tak jarang konsumen melakukan pembelian ulang Karena faktor kebosanan, konsumen merasa bosan dengan barang yang itu itu saja sehingga timbul hasrat untuk mengganti dengan yang baru, baik itu dari segi corak, warna, model dan lainnya tergantung dari selera konsumen masing-masing.

Untuk mendapatkan konsumennya Jessica Gorden dan Interior melakukan membuat beberapa banner dan menyebarkannya di beberapa daerah di Pati, dan juga Jessica Gorden dan Interior mempunyai sales yang keliling di daerah Pati dengan target rumah atau perkantoran yang baru di bangun dengan tujuan untuk mendapatkan konsumen. Karena kurang luasnya Jessica Gorden dan Interior melakukan promosi dimana Jessica Gorden dan Interior kurang aktif dalam MEDSOS dan *Marketplace* sehingga cakupan dalam mendapatkan konsumen tidak maksimal.

Jeessica gordeen dan inteerior juga meenawarkan jasa pengukuran, pemasangan dan konsultasi gratis kepada calon pembeli. Namun beberapa konsumen mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh usaha Jeessica gordeen dan inteerior kurang baik karena harus menunggu beberapa hari saat memesan produk, kecepatan merespon pesan melalui media sosial, pemasangan yang kurang sesuai, pesanan yang tidak sesuai ukuran, pemasangan produk lebih dari waktu yang disepakati, dll. Berikut adalah Hasil penjualan Jessica Gorden dan Interior Pati dalam 5 tahun terakhir.

Tabel 1. 1
Data Penjualan 5 tahun terakhir di Jessica Gorden dan Interior Pati

Penjualan	
Tahun	Hasil Penjualan
2019	Rp. 320.000.000
2020	Rp. 150.000.000
2021	Rp. 120.000.000
2022	Rp. 160.000.000
2023	Rp. 150.000.000

Sumber: Jessica Gorden dan Interior Pati 2024

Berdasarkan tabel di atas Penjualan di Jessica Gorden Pati tidak stabil dan mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini mengidentifikasi adanya ketidakpuasan konsumen pada Jessica Gorden dan Interior Pati.

Selain itu , Jessica Gorden dan Interior Pati masih belum menggunakan media sosial untuk mengiklankan produknya. Hal ini menyebabkan konsumen harus datang langsung ke Jessica Gorden dan Interior Pati untuk mengetahui bagaimana produk yang dijual.

Tabel 1. 2
Hasil Survey 30 Responden Tentang *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance* di Jessica Gorden dan Interior Pati

Variabel	Pernyataan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Tangible	Desain <i>interior</i> di Jessica Gorden dan interior sudah baik	13	17
	Kondisi Kebersihan di Jessica Gorden dan Interior sudah baik	14	16
	Pencahayaan di dalam ruangan di Jessica Gorden dan interior sudah baik	15	15
	Ketersediaan model gorden	9	21
Empathy	Karyawan Jessica Gorden dan interior memiliki sifat sopan	17	13
	Karyawan Jessica Gorden dan interior mudah untuk dihubungi dan diajak komunikasi	12	18

Variabel	Pernyataan	Jawaban	
		Ya	Tidak
	Karyawan Jessica Gorden dan interior simpatik terhadap calon pembeli	16	14
Reliability	Karyawan Jessica Gorden dan interior dengan cepat melakukan proses pelayanan kepada konsumen	19	11
	Jessica Gorden dan interior memberikan produk yang sesuai dengan yang disepakati	14	16
Responsiveness	Karyawan Jessica Gorden dan interior dapat berkomunikasi dengan baik kepada calon pembeli	13	17
	Karyawan Jessica Gorden dan interior memberikan pelayanan yang cepat	8	22
Assurance	Jessica Gorden dan interior memberikan garansi pada produk yang ditawarkan	12	18
	Jessica Gorden dan interior menepati janji waktu pemasangan gorden sesuai janji yang disepakati	9	21

Sumber: Jessica Gorden dan Interior Pati 2024

Berdasarkan hasil survey tabel 1.2, dapat dilihat bahwa ada beberapa konsumen yang menyatakan bahwa Jessica gorden dan interior memiliki desain interior yang kurang baik, kondisi kebersihan yang kurang baik, ketersediaan model gorden yang terbatas, karyawan yang sulit untuk diajak komunikasi. Selain itu Jessica gorden dan interior tidak bisa memberikan produk sesuai kesepakatan karena model yang diminta tidak tersedia. Pelayanan yang lambat, tidak adanya garansi pada produk yang ditawarkan, juga membuat pelanggan tidak tertarik untuk melakukan pembelian di Jessica gorden dan interior. Selain itu, janji yang tidak dapat dipenuhi juga merupakan permasalahan tersendiri untuk pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni, (2021), menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Herwanto, (2020),

menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen .

Penelitian yang dilakukan oleh Balinado et al., (2021), menjelaskan bahwa *tangible* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ali et al., (2021), menunjukkan bahwa *tangible* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan et al., (2019), menjelaskan bahwa *empathy* tidak mempunyai pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sapada, (2021), menunjukkan bahwa *empathy* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Balinado et al., (2021), menjelaskan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan et al., (2019), menunjukkan bahwa *responsiveness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Sapada, (2021), menjelaskan bahwa *reliability* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mumtaza & Millanyani, (2023), menunjukkan bahwa *reliability* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Sapada, (2021), menjelaskan bahwa *assurance* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan et al., (2019), menunjukkan bahwa *assurance* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen”**

1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Objeek penelitian dan responden penelitian ini adalah konsumen di Jessica Gorden dan Interior Pati
- b. Variabeel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen sedangkan variabel independen pada penelitian ini adalah komunikasi pemasaran , dan kualitas pelayanan.
- c. Jangka Waktu peeneelitan adalah 1 bulan seeteelah proposal diseetujui.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Adanya penurunan penjualan Jessica Gorden dan Interior dari tahun ke tahun, hal ini menunjukkan kepuasan konsumen yang belum optimal dikarenakan konsumen tidak dapat melihat produk melalui media sosial dan konsumen harus datang langsung ke Jessica Gorden dan Interior Pati (Tabel 1.1).

2. Dilihat dari tabel 1.2 ada indikasi kondisi kebersihan, dan desain *interior* pada Jessica Gorden dan Interior yang kurang baik.
3. Tabel 1.2 juga menunjukkan bahwa karyawan Jessica Gorden dan Interior yang sulit untuk diajak komunikasi.
4. Jessica Gorden dan Interior tidak dapat memberikan produk yang sesuai dengan yang disepakati karena model yang diminta tidak tersedia (Tabel 1.2).
5. Karyawan Jessica Gorden dan Interior memberikan pelayanan yang lambat kepada calon pembeli (Tabel 1.2).
6. Garansi pada produk Jessica Gorden kadang diberikan dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Selain itu janji yang disepakati, kadang tidak dapat terpenuhi karena hal tertentu (Tabel 1.2).

Berdasarkan beberapa permasalahan diatas, maka terdapat pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- a. Apakah ada pengaruh komunikasi pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada Jessica Gorden dan Interior Pati. ?
- b. Apakah ada pengaruh *tangible* terhadap kepuasan konsumen pada Jessica Gorden dan Interior Pati. ?
- c. Apakah ada pengaruh *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Jessica Gorden dan Interior Pati. ?
- d. Apakah ada pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Jessica Gorden dan Interior Pati. ?
- e. Apakah ada pengaruh *reliability* terhadap kepuasan konsumen pada Jessica Gorden dan Interior Pati. ?

- f. Apakah ada pengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen pada Jessica Gorden dan Interior Pati. ?
- g. Apakah ada pengaruh komunikasi pemasaran, *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* terhadap kepuasan konsumen pada Jessica Gorden dan Interior Pati. ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian diatas maka tujuan peeneelitan ini adalah:

- a. Untuk menganalisis peengaruh komunikasi pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada Jeessica Gordeen dan Inteerior di Pati
- b. Untuk menganalisis peengaruh *tangible* terhadap kepuasan konsumen pada Jeessica Gordeen dan Inteerior di Pati
- c. Untuk menganalisis peengaruh *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Jeessica Gordeen dan Inteerior di Pati
- d. Untuk menganalisis peengaruh *reliability* terhadap kepuasan konsumen pada Jeessica Gordeen dan Inteerior di Pati
- e. Untuk menganalisis peengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Jeessica Gordeen dan Inteerior di Pati
- f. Untuk menganalisis peengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen pada Jeessica Gordeen dan Inteerior di Pati
- g. Untuk menganalisis peengaruh komunikasi pemasaran, *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* terhadap kepuasan konsumen pada Jeessica Gordeen dan Inteerior di Pati.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bacaan bagi peneliti lainnya dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya dan menambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh Komunikasi Pemasaran, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Jessica Gorden dan Interior Pati

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi Jessica Gorden dan Interior Pati, sebagai bahan pertimbangan dalam membuat strategi pemasaran yang berkelanjutan.