

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi tidak terlepas dari perkembangan bisnis ritel di kota - kota besar di Indonesia. Kemajuan bisnis ritel ini memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia. Pesatnya perkembangan bisnis ritel ini sejalan dengan peningkatan kebutuhan primer dan sekunder yang terus meningkat sehingga terjadi perubahan mulai dari gaya hidup sampai mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen suatu produk barang atau jasa. Adanya bisnis ritel sangat membantu konsumen untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan karena biasanya bisnis ritel memiliki lokasi yang strategis.

Pemasaran adalah salah satu fungsi utama dalam sebuah organisasi/perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sambil menciptakan nilai bagi perusahaan itu sendiri. Perubahan dalam hubungan antara produsen dan pemasok, bersama dengan dinamika pasar yang terus berkembang, mendorong ritel untuk memperbarui cara mereka mengelola bisnis dari model tradisional menuju model yang lebih modern. Di sisi lain, perkembangan industri ritel menghasilkan dampak yang meningkat terhadap peluang pekerjaan yang lebih luas, baik di sektor ritel tradisional maupun modern. Pengertian pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (Ashshidqi & Kusuma, 2023), “merupakan proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya²²”.

Seiring perkembangan zaman yang semakin modern, bisnis ritel terus berkembang khususnya ritel *fashion* dan persaingan pun semakin ketat. Persaingan yang ketat mengharuskan perusahaan terus berimprovisasi dan berinovasi agar keberadaannya tetap bertahan diatas perusahaan atau pebisnis baru di bidang *fashion* yang terus bermunculan. Selain itu perusahaan harus selalu menerapkan strategi yang mampu mencapai keberhasilan bagi perusahaan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi apakah kualitas layanan, harga, dan promosi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Keunikan yang terdapat pada penelitian ini adalah terdapat pada objek penelitian yaitu terdapat pada pelanggan *Merek Emba*, dimana tanggapan dari setiap pelanggan mengenai kualitas pelayanan, harga dan promosi berbeda-beda.

Emba merupakan salah satu *Merek fashion* dibawah naungan PT. Kasih Karunia Sejati yang didirikan oleh Bambang Herlambang pada tahun 1968 dan mempunyai pusat produksi di Malang, Jawa Timur. Emba memproduksi beberapa jenis *fashion* pria dan wanita dewasa seperti baju, jaket, celana, sepatu dan sandal. *Merek* Emba terus menunjukkan eksistensinya di dunia ritel *fashion* dan bertumbuh secara eksponensial dari tahun ke tahun hingga saat ini memiliki 800 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. *Merek* Emba di Ramayana Mall BTM di buka pada tahun 2007, di era persaingan yang ketat *Merek* Emba dituntut untuk terus melakukan promosi yang maksimal, memberikan kualitas pelayanan yang baik, dan harga yang kompetitif agar mampu menarik minat beli dan juga mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggannya.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan begitu kualitas pelayanan harus selalu di tingkatkan. Memberikan layanan yang baik dan rasa puas terhadap pelanggan adalah salah satu faktor yang dapat membuat sebuah bisnis dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Melalui kualitas pelayanan yang optimal juga dapat membuat pelanggan merasa percaya dan cenderung melakukan pembelian ulang bahkan mungkin merekomendasikan kepada teman dan keluarganya. *Merek* Emba saat ini terus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat terus memuaskan pelanggannya.

Selain kualitas pelayanan, harga dan promosi juga merupakan hal yang penting untuk bisa memberikan kepuasan terhadap pelanggan, karena sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, pelanggan tentu akan melakukan perbandingan harga dengan beberapa *Merek* yang sejenis. Adapun data harga merek sejenisnya sebagai berikut :

Tabel 1. 1. Nama dan Range Harga Kompetitor

NAMA PRODUK	NAMA KOMPETITIR				
	EMBA	BENHIL	S135	CARDINAL	GABRIELLE
TOP	199.900	179.900	159.900	209.900	189.900
BUTTOM	299.900	199.900	179.900	319.900	199.900

Sumber: Data Harga Kompetitor

Maka dari itu *Merek* Emba terus berusaha untuk memberikan harga yang relatif terjangkau dengan kualitas yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Promosi juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena

dengan promosi yang efektif dan efisien dapat menjalin hubungan baik dengan pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Adapun data penjualan *Emba* tahun 2022 - tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1. 2 Laporan Penjualan Merek *Emba*

BULAN	2022			2023			SELISIH
	TOP	BUTTOM	TOTAL	TOP	BUTTOM	TOTAL	
Januari	17.081.100	34.467.100	51.548.200	12.291.750	22.001.200	34.292.950	- 17.255.250
Februari	14.179.140	22.210.100	36.389.240	12.971.100	10.055.050	23.026.150	- 13.363.090
Maret	20.108.100	32.529.100	52.637.200	21.897.200	24.885.170	46.782.370	- 5.854.830
April	61.006.000	101.777.200	162.783.200	107.779.300	112.482.410	220.261.710	57.478.510
Mei	15.447.300	22.970.900	38.418.200	9.004.200	5.287.500	14.291.700	- 24.126.500
Juni	11.091.400	8.510.200	19.601.600	7.988.100	13.722.050	21.710.150	2.108.550
Juli	14.571.400	17.970.300	32.451.700	11.954.400	8.999.200	20.953.600	- 11.588.100
Agustus	15.028.700	10.420.300	25.449.000	9.585.300	12.004.000	21.589.300	- 3.859.700
September	11.998.750	16.386.950	28.385.700	8.235.700	11.983.700	20.219.400	- 8.166.300
Oktober	21.011.400	20.113.550	41.124.950	12.975.200	8.201.300	21.176.500	- 19.948.450
November	12.125.000	19.021.000	31.146.000	7.991.700	16.719.500	24.711.200	- 6.434.800
Desember	29.007.300	30.251.300	59.258.600	12.071.800	14.021.400	26.093.200	- 33.165.400

Sumber : Penjualan Merek *Emba* di Mall BTM Bogor

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa penjualan *Merek Emba* dari periode tahun 2022 hingga tahun 2023 mengalami penurunan, penjualan dengan selisih penurunan paling besar terjadi pada bulan Mei yaitu sebesar 24.126.500 dan bulan Desember yaitu sebesar 33.165.400. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan penjualan *Merek Emba* belum maksimal. Guna memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *Merek Emba* dan sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dimasa yang akan datang maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan *Merek Emba* Di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk, Cabang Mall BTM Bogor.**

1.2. Identifikasi Masalah

Penulis dapat mengidentifikasi beberapa isu yang muncul sebagai berikut:

1. Menurunnya penjualan *Merek Emba* tahun 2023
2. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh manajemen *Merek Emba*
3. Harga produk yang relatif mahal dibandingkan dengan produk sejenisnya yang lain
4. Persaingan kompetitor yang terus bertambah

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi diatas terdapat batasan masalah yang akan diteliti lebih dalam. Hal ini dimaksudkan agar peneliti lebih spesifik dan terarah pada subjek yang menjadi pokok permasalahan. Maka batasan masalah ini berfokus pada :

1. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan *Merek* Emba di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Mall BTM Bogor.
2. Penjualan produk Emba seperti :
 - a. Top (kemeja dan T-shirt)
 - b. Bottom (Celana)

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yaitu :

1. Apakah secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Merek* Emba di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Mall BTM Bogor ?
2. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Merek* Emba di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Mall BTM Bogor ?
3. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Merek* Emba di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Mall BTM Bogor ?.
4. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Merek* Emba di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Mall BTM Bogor ?.

1.5. Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diambil, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Merek* Emba di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Mall BTM Bogor.

2. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Merek* Emba di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Mall BTM Bogor.
3. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Merek* Emba di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Mall BTM Bogor.
4. Untuk mengetahui secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Merek* Emba di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Mall BTM Bogor.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan *Merek* Emba di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Mall BTM Bogor.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk menjadi bahan evaluasi mengenai loyalitas pelanggan dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut dan penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi di perpustakaan STIE GICI BUSINESS SCHOOL.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi guna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang pemasaran khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, harga dan promosi.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memahami laporan ini, materi yang disajikan dalam laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbagian dengan urutan penyajian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang meng-gambarkan kedudukan masalah yang akan diteliti, identifikasi

masalah yaitu masalah yang muncul sesuai dengan tema penelitian, pembatasan dan masalah dan rumusan masalah yaitu menetapkan masalah yang sesuai dengan judul penelitian serta mendefinisikan masalah tersebut, tujuan penelitian yaitu mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai dengan dilaksanakannya penelitian, manfaat penelitian yaitu menjelaskan manfaat teoritis dan praktis temuan peneliti, sistematika penulisan yaitu menjelaskan isi per bab.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari jurnal terdahulu, kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objektif penelitian yang meliputi lokasi penelitian, struktur organisasi serta hal lain yang berhubungan dengan objek penelitian, mendeskripsikan data, interpretasi hasil penelitian dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi referensi dari semua buku atau tulisan ilmiah yang digunakan dalam melakukan penelitian.