

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manajemen Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan strategi pemasaran yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sekaligus mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks ini, manajemen pemasaran mencakup serangkaian proses yang berfokus pada bagaimana perusahaan dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen dan mendapatkan keuntungan secara berkelanjutan.

Salah satu elemen kunci yang memengaruhi kinerja perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Banyak bisnis berjuang untuk memenuhi tuntutan dan harapan klien mereka di era globalisasi dan persaingan yang ketat ini. Bisnis harus menawarkan barang, biaya, dan kualitas layanan yang memuaskan pelanggan untuk mendapatkan klien baru dan mempertahankan klien yang sudah ada.

Kepuasan pelanggan, yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti kualitas produk atau layanan, harga, layanan, pengalaman pelanggan, harapan awal, dan citra merek, adalah perasaan yang didapat pelanggan ketika mereka membandingkan harapan mereka dengan kinerja aktual produk atau layanan yang mereka terima.

Untuk mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar mereka dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, organisasi harus memahami beberapa aspek yang memengaruhi kepuasan konsumen. Produk, harga, dan layanan pelanggan merupakan beberapa faktor yang paling penting dalam pemasaran. Ketiga elemen ini sangat penting dalam menentukan bagaimana konsumen memandang suatu perusahaan atau merek.

Elemen utama yang menarik minat pelanggan adalah produk itu sendiri. Kepuasan yang tinggi dapat dihasilkan oleh barang berkualitas tinggi, sedangkan produk berkualitas rendah justru akan menurunkan kepuasan

pelanggan. Oleh karena itu, bisnis harus memastikan bahwa kualitas produk mereka dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.

Harga merupakan faktor penting lainnya yang perlu dipertimbangkan. Pelanggan tidak hanya mempertimbangkan kualitas tetapi juga biaya yang wajar atau sesuai anggaran di pasar yang semakin kompetitif. Harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah dapat memengaruhi seberapa besar nilai suatu barang menurut pelanggan.

Layanan pelanggan yang baik dapat meningkatkan loyalitas klien dan memengaruhi kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian tambahan. Pelanggan mungkin memiliki pengalaman yang baik ketika mereka menerima layanan yang cepat, sopan, dan penuh perhatian. Namun, layanan yang buruk dapat menyebabkan pelanggan memilih bisnis pesaing.

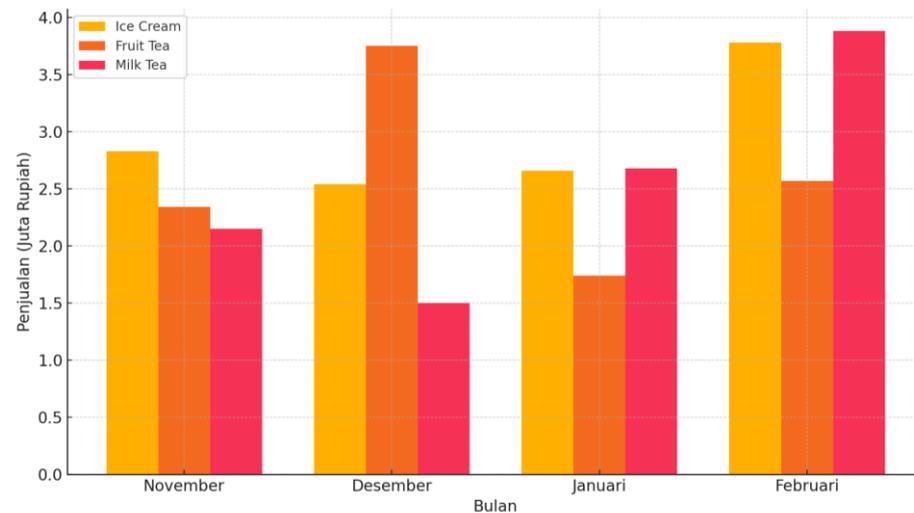
Wedrink, salah satu usaha minuman di Cabang Pebayuran Kabupaten Bekasi, perlu memperhatikan ketiga aspek tersebut. Untuk menjaga kepuasan pelanggannya Para pelaku usaha harus memastikan bahwa barang, biaya, dan tingkat layanan yang mereka tawarkan dapat memenuhi permintaan dan harapan pelanggan mengingat persaingan pasar yang semakin ketat. Menentukan sejauh mana ketiga elemen tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan Wedrink Cabang Pebayuran sangatlah penting.

Dengan konteks ini, penelitian ini diharapkan dapat membantu WeDrink meningkatkan kualitas produk, menetapkan harga yang ideal, dan memberikan layanan yang memuaskan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta mendorong keputusan pembelian yang lebih bijak.

**Tabel 1.1 Data Penjualan kedai Wedrink Pebayuran
Periode November 2024 – Febuari 2025**

| | November 2024 | Desember 2024 | Januari 2025 | Febuari 2025 | total |
|-----------|---------------|---------------|--------------|--------------|-----------|
| ice cream | 2,83 jt | 2, 54 jt | 2, 66 jt | 3, 78 jt | 11,81 jt |
| fruit tea | 2, 34 jt | 3, 75 jt | 1, 74 jt | 2, 57 jt | 10, 4 jt |
| milk tea | 2,15 jt | 1, 50 jt | 2, 68 jt | 3, 88 jt | 10, 21 jt |
| Total | 7, 32 jt | 7, 78 jt | 7, 08 jt | 10, 23 jt | |

Sumber : Kedai Wedrink Pebayuran



**Gambar 1.1 Grafik Penjualan Minuman Kedai Wedrik Pebayuran
Periode November 2024 – Februari 2025**

Sumber : Kedai Wedrink Pebayuran

Informasi penjualan untuk tiga produk Wedrink, "es krim," "teh buah," dan "teh susu" selama empat bulan November 2024, Desember 2024, Januari 2025, dan Februari 2025 ditampilkan dalam grafik ini. Informasi ditampilkan sebagai diagram batang, dengan tinggi batang mewakili jumlah penjualan setiap produk untuk bulan tertentu.

Ketiga kategori produk dibedakan dengan grafik yang terlihat. Jika dibandingkan dengan barang lain, penjualan es krim sering kali stabil dan kuat. Februari mengalami peningkatan yang signifikan, yang menunjukkan bahwa permintaan telah meningkat.

Gambar 1.1 memberikan hasil data yang menunjukkan bahwa pelanggan Wedrink Cabang Pebayuran secara teratur meminta es krim sebagai produk. Penjualan teh buah berfluktuasi. Penjualan terbesar terjadi pada bulan Desember.

Faktor eksternal juga merupakan memiliki dampak yang signifikan terhadap produk teh buah. Penjualan teh susu setiap bulan menunjukkan tren peningkatan yang konsisten. Peningkatan yang signifikan terjadi pada bulan Februari, yang menunjukkan bahwa produk ini menjadi semakin populer.

Sementara itu produk teh susu berkembang pesat, es krim merupakan produk yang populer dan stabil. Teh buah menunjukkan variasi yang mencolok, yang memerlukan penelitian tambahan untuk menentukan penyebab yang mendasarinya. Elemen seperti Musim: Penjualan es krim dan minuman dingin seperti teh buah meningkat saat cuaca panas. Promosi: Penjualan produk tertentu selama bulan tertentu dapat dipengaruhi oleh diskon atau penawaran eksklusif. Tren Konsumen: Popularitas suatu produk dapat dipengaruhi oleh perubahan selera konsumen. Liburan atau Acara Khusus: Kebiasaan membeli dapat dipengaruhi oleh liburan atau acara khusus. Dengan uraian di atas peneliti dengan judul Pengaruh Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Beberapa pelanggan mengeluhkan bahwa cita rasa produk, terutama minuman tertentu, terkadang tidak sesuai dengan harapan atau mengalami ketidakkonsistenan dari waktu ke waktu.
2. Sebagian konsumen merasa bahwa harga yang ditetapkan untuk beberapa produk tidak sebanding dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh, sehingga menimbulkan kesan harga terlalu tinggi.
3. Lingkungan tempat usaha, seperti area tempat duduk dan kebersihan ruangan, belum sepenuhnya memenuhi standar kenyamanan pelanggan. Hal ini berpotensi memengaruhi pengalaman konsumen secara keseluruhan.

1.3. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dilakukan di kedai minuman di desa Pebayuran, Kabupaten Bekasi, untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada kedai tersebut. Fokus penelitian ini adalah pengaruh produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sampai dengan penelitian ini selesai. Harapannya agar masalah yang diteliti lebih terarah.

1.4. Perumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Wedrink Cabang Pebayuran?
2. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Wedrink Cabang Pebayuran?
3. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Wedrink Cabang Pebayuran?
4. Apakah secara simultan produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan di Wedrink Cabang Pebayuran?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah diatas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Menganalisis apakah secara parsial Produk signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Wedrink Cabang Pebayuran Kab. Bekasi?
2. Menganalisis apakah secara parsial Harga berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Wedrink Cabang Pebayuran Kab. Bekasi?
3. Menganalisis apakah secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Wedrink Cabang Pebayuran Kab. Bekasi?
4. Menganalisis apakah secara simultan Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Wedrink Cabang Pebayuran Kab. Bekasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

- BAB I PENDAHULUAN**
 Berisi tentang latar belakang, indentifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA**
 Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang terkait dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.
- BAB III METODOLOGI PENELITIAN**
 Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**
 Berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lengkap mengupas berbagai fenomena.
- BAB V SIMPULAN DAN SARAN**
 Berisikan tentang simpulan dan saran yang merupakan hasil akhir atas penelitian dan juga saran yang berisi masukan untuk objek penelitian.
- DAFTAR PUSTAKA**
 Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.