

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada seluruh bidang bisnis, sangat penting untuk memperhatikan mengenai strategi pemasaran serta kepuasan pelanggan, salah satunya adalah pada usaha Ria Shabby Jombang yang memproduksi berbagai macam hantaran serta barang-barang keperluan pernikahan atau keperluan lamaran. Perlengkapan lamaran yang biasa dikenal dengan peningset, disetiap daerah beraneka ragam . Peningset ini sering membuat orang bingung untuk merangkainya Dan menghiasnya. Peningset atau hantaran biasanya terdiri dari seperangkat alat sholat, busana, kosmetik, kain panjang, kain kebaya, perlengkapan mandi Dan lain-lain yang dihias sedemikian rupa sehingga tampil cantik Dan menarik. Namun untuk membuatnya diperlukan banyak latihan Dan ketekunan. Saat ini hantaran pengantin dapat dijadikan sumber penghasilan tambahan khususnya bagi remaja putri dan ibu rumah tangga yang dapat memiliki banyak waktu luang, sehingga dengan waktu luang tersebut mereka dapat diberdayakan untuk melakukan kegiatan yang positif

Produk pembuatan mahar, bouquet bunga dan dekor akad nikah ini tidak banyak di temui di persaingan usaha, karena hanya orang-orang tertentu yang bisa membuat barang ini, butuh orang yang benar-benar teliti dan telaten yang bisa membuatnya, produk ini butuh kekreatifitasan yang tinggi dalam pembuatannya. Produk ini cukup banyak di cari orang karena sebagai perlengkapan untuk

melakukan proses akad nikah atau kebutuhan untuk menikah. Baik mahar sebagai syarat khusus untuk menikah, bouquet bunga sebagai asesoris untuk pesta pernikahan, maupun dekor akad yang wajib di sewa untuk para remaja kekinian yang akan menikah,

Berawal dari hobi yang senang merangkai bunga dan menyusun pernik-pernik akhirnya muncul sebuah ide untuk mengembangkannya menjadi usaha mikro kecil menengah yang berdiri hingga saat ini, yang hanya mengandalkan media sosial sebagai media promosi dan kurir sebagai pengantar barang yang di pesan oleh konsumen dan akhirnya memilih untuk mendalami usaha ini lebih dalam lagi. Usaha Ria Shabby Jombang ini telah berjalan mulai dari tahun 2015 sampai saat ini, namun dengan umur usaha yang masih tergolong muda, Ria Shabby Jombang sudah termasuk usaha dengan pendapatan yang tinggi seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Rata-rata pendapatan perbulan Ria Shabby Jombang

Tahun	Rata-rata Pendapatan Pertahun
Juni – Desember 2015	Rp. 35.000.000
2016	Rp. 68.000.000
2017	Rp. 80.000.000
2018	Rp. 78.000.000
2019	Rp. 83.000.000
Januari – Juni 2020	Rp. 45.000.000

Sumber: Ria Shabby Jombang, 2020.

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa rata-rata penghasilan pada Ria Shabby Jombang cenderung tidak stabil, dan kadang kala mengalami penurunan serta kenaikan jumlah pendapatan. Meskipun untuk umur usaha yang masih tergolong muda sudah mampu mendapatkan rata-rata pendapatan yang cukup tinggi, namun masih banyak yang perlu diperbaiki dari usaha Ria Shabby Jombang agar rata-rata pendapatan menjadi stabil, salah satunya adalah dengan memperhatikan strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan.

Menurut kotler&amstrong (1997:48) bauran pemasaran atau marketing mix adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan ,produk,harga,distribusi, Dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Marketing mix adalah strategi mengombinasikan kegiatan-kegiatan marketing agar tercapai kombinasi maksimal sehingga memunculkan hasil paling memuaskan.(Alma,2005:205). mendefinisikan marketing mix sebagai perangkat variabel-variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran (target market). Ini berarti konsep marketing mix merupakan segala usaha yang dapat perusahaan lakukan untuk mempengaruhi permintaan produknya (Angipora 1999:24).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil)produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (kotler

2006:177). Sedangkan menurut Lovelock Dan Wirtz (2011:74) kepuasan adalah suatu sikap yang yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai cirri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan Dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetian pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, terdapat Empat faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan :

a. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil karya ria shabby bagus dan rapi



Gambar 1.1
Testimoni Konsumen

b. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas jika pelayanannya di ria shabby sangat baik
ownernya pun ramah

c. Harga

Produk di ria sahhby ini harganya sangat terjangkau

Kepuasan pelanggan merupakan. tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (umar,2005:65). Seorang pelanggan,jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. manajemen pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diharapkan (Philip Kotler Dan Kevin lane Keller 2007:177).

Berdasarkan dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Ria Shabby Jombang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

2. Apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan

Terhadap rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk

1. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui apakah distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

1.4 Batasan Masalah

Melihat banyaknya perkembangan yang nanti dapat ditemukan di dalam permasalahan ini, maka diperlukan batasan-batasan dalam penelitian. Batasan-batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berfokus pada hubungan antara bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian
2. Sampel yang dijadikan responden yaitu para konsumen pembelian pada rumah shabby
3. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan maret sampai dengan agustus tahun 2020.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan terhadap teori-teori Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada rumah shabby jombang

2. Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen ketika membeli suatu produk