

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Kotler dan Keller (2012:258) Perilaku pembelian konsumen didasarkan adanya kesadaran terhadap *need approval* (perasaan puas) yang merupakan suatu manifestasi atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Disamping itu didukung oleh majunya tingkat pendidikan dan pola pikir, bertambahnya pendapatan masyarakat serta *life style* (gaya hidup), maka konsumen akan lebih kritis dan selektif dalam melakukan pembelian. Hal ini perlu diperhatikan oleh pihak penjual atau produsen, mengingat tuntutan konsumen tidak hanya sekedar terpenuhinya suatu kebutuhan saja, tetapi lebih pada penilaian terhadap jenis-jenis produk dan atribut-atribut yang menyertainya yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk dan jasa.

Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2012:301). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas.

Menurut Kotler (2011) faktor-faktor yang dianggap mampu mempengaruhi Kepuasan konsumen di antaranya adalah Kualitas Produk, karena konsumen cenderung memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Faktor selanjutnya yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Kualitas pelayanan yaitu dapat diartikan sebagai totalitas karakteristik suatu konsep pelayanan yang mencakup seluruh aspek pelayanan, dan tolak ukur kualitas pelayanan itu adalah dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan atau penerima layanan. dan faktor selanjutnya adalah promosi, dapat dilihat bahwa strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan penjualan diharapkan dapat tercapai.

Contoh bisnis yang sangat memperhatikan kepuasan konsumen adalah penjualan Marchandise atau cinderamata. JCLEC merupakan salah satu tempat yang menyediakan penjualan cinderamata untuk kalangan peserta pelatihan dari seluruh mancanegara. JCLEC sendiri adalah singkatan dari (*Jakarta centre for law enforcement cooperation*) yang merupakan pusat pelatihan investigasi kaliber internasional hasil kerja sama Indonesia-Australia untuk meningkatkan kapasitas kemampuan operasional para penegak hukum dalam menangani segala kejahatan lintas negara. Karena. Sumber <https://www.jclec.org.about>

Menyadari pentingnya Kepuasan konsumen Dalam penelitian ini, penulis akan membahas mengenai Kualitas produk, Kualitas pelayanan dan Promosi. Hal

ini di duga karena kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik serta strategi promosi yang dilakukan Official store Marchendaise JCLEC dapat menciptakan kepuasan konsumen. maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Analisis pengaruh Kualitas pelayanan, Kualitas produk dan Promosi terhadap Kepuasan konsumen produk Marchendaise studi kasus di JCLEC Semarang”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk merchandise JCLEC?
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada produk merchandise JCLEC?
3. Bagaimana Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada produk merchandise JCLEC?
4. Bagaimana Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk merchandise JCLEC

2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk merchandise JCLEC
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen produk merchandise JCLEC.
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen produk merchandise JCLEC

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Peneliti dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan, khususnya dalam bidang pemasaran. Selain itu, peneliti juga memperoleh informasi lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi dan kepuasan konsumen.

2. Bagi perusahaan

Perusahaan memperoleh informasi untuk mendorong perusahaan agar memberikan kualitas pelayanan yang optimal. kualitas produk yang memiliki fungsi, promosi yang sesuai dengan jelas dan tepat.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih untuk wawasan yang lebih positif terkait kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi. Diharapkan menjadi pijakan bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam manajemen pemasaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan penelitan ini, maka penulis membagi pembahasan ke dalam 5 (lima) bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, latar belakang masalah merupakan landasan pemikiran secara garis besar, secara teori maupun fakta yang menimbulkan minat untuk melakukan penelitian. Rumusan masalah, rumusan masalah merupakan pernyataan tentang keadaan, fenomena atau konsep yang memerlukan pemecahan atau jawaban melalui suatu penelitian dan pemikiran mendalam dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan alat-alat yang relevan. Batasan masalah, batasan masalah merupakan upaya membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga penelitian itu lebih bisa fokus untuk dilakukan. Tujuan penelitian, tujuan penelitian merupakan suatu indikasi ke arah mana penelitian itu dilakukan atau data-data serta informasi apa yang ingin dicapai dari penelitian. Kegunaan penelitian, kegunaan penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan, baik secara praktis maupun teoritis. Sistematika penulisan, sistematika penulisan merupakan uraian singkat mengenai isi dari bab pendahuluan hingga bab penutup.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori, landasan teori merupakan uraian hasil kajian pustaka (penelusuran literatur) yang relevan dengan masalah yang diteliti yaitu: kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, loyalitas pelanggan dan informasi lain yang akan membentuk kerangka teori yang berguna

untuk menyusun penelitian ini. Penelitian terdahulu, penelitian terdahulu merupakan bahasan hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Kerangka pemikiran, kerangka pemikiran merupakan suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Pengembangan hipotesis, pengembangan hipotesis merupakan hipotesis yang dikembangkan dengan menggunakan teori yang relevan atau dengan logika dan hasil-hasil penelitian sebelumnya. Hipotesis, hipotesis merupakan jawaban sementara dari penelitian yang perlu dibuktikan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai metode yang di gunakan untuk menjawab permasalahan. Variabel penelitian dan definisi operasiaonal, variabel penelitian dan definisi operasional merupakan deskripsi tentang variabel-variabel dalam penelitian yang selanjutnya harus dapat didefinisikan secara lebih operasional. Jenis dan sumber data, jenis dan sumber data merupakan deskripsi tentang jenis data dari variabel-variabel dalam penelitian. Populasi dan sampel, pada populasi dan sampel dijelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan populasi, jumlah sampel yang diambil, dan responden yang dimintai keterangan atau data.. Metode pengumpulan data, pada metode pengumpulan data dijelaskan metode pengambilan data penelitian yang digunakan. Metode analisis, pada metode analisis dijelaskan tentang jenis atau model analisis dan mekanisme alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas secara rinci hasil penelitian, disajikan menurut topik dan sub topik secara berurutan. Deskripsi objek penelitian, deskripsi objek penelitian merupakan pembahasan secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian. Analisis data, pada analisis data berisikan penyederhanan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasi. Pembahasan, pada pembahasan dilakukan interpretasi dari informasi analisis data yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan, pada kesimpulan disajikan secara singkat apa yang telah diperoleh dari pembahasan. Saran, saran merupakan anjuran yang disampaikan kepada pihak yang terkait dengan hasil penelitian.

