

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Toko Dan+Dan sebagai salah satu perusahaan ritel modern di Indonesia menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya di tengah persaingan yang semakin ketat. Kualitas layanan, harga, dan promosi adalah tiga elemen penting yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

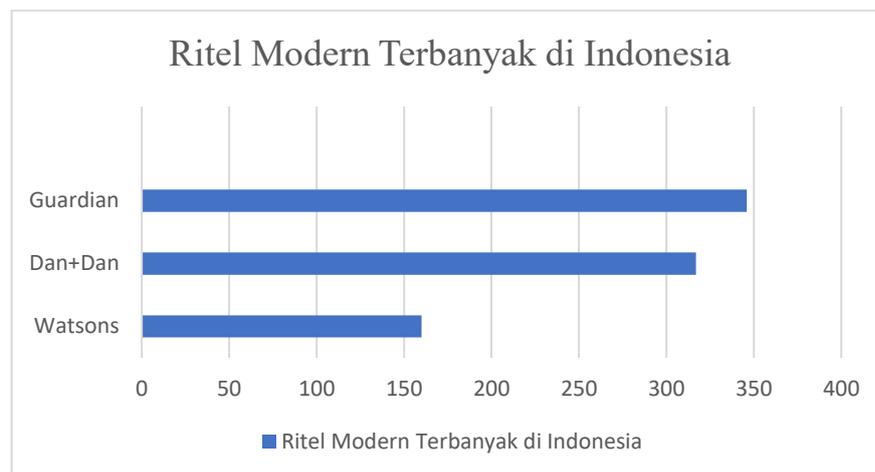
Kualitas layanan merujuk pada seberapa baik layanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi harapan pelanggan. Menurut Zeithaml et al. (2020), kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dalam konteks Toko Dan+Dan, kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan mereka. Penelitian oleh Sari dan Rahman (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa pelanggan lebih cenderung untuk kembali berbelanja di toko yang memberikan layanan yang memuaskan.

Harga adalah faktor penting yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2021), harga tidak hanya mencerminkan nilai produk, tetapi juga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas. Di Toko Dan+Dan, penetapan harga yang kompetitif sangat penting untuk menarik pelanggan. Penelitian oleh Halim dan Hidayat (2022) menunjukkan bahwa harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, Toko Dan+Dan perlu memastikan bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan nilai yang diterima oleh pelanggan.

Promosi adalah alat pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan terhadap produk atau layanan. Menurut Tjiptono (2019), promosi yang efektif dapat menarik perhatian pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Di Toko Dan+Dan, strategi promosi yang

menarik dan relevan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Pratiwi (2023) menunjukkan bahwa promosi yang menarik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, karena pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih dari pembelian mereka.

Toko Dan+Dan menghadapi beberapa masalah yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pertama, persaingan yang ketat di industri ritel mengharuskan toko untuk terus berinovasi dalam kualitas layanan, harga, dan promosi. Banyak pesaing menawarkan produk dan layanan serupa, sehingga Toko Dan+Dan perlu menemukan cara untuk membedakan diri dari pesaingnya. Kedua, terdapat indikasi bahwa kepuasan pelanggan di Toko Dan+Dan mengalami penurunan.



Gambar 1. 1 Ritel Modern Terbanyak di Indonesia

Sumber : databoks (2023)

<https://databoks.katadata.co.id/pasar-modern/statistik/675fa6bc0acf6/10-gerai-retail-modern-terbanyak-di-indonesia-alfamart-urutan-kedua>

Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya perhatian terhadap kualitas layanan, harga yang tidak bersaing, atau promosi yang kurang menarik. Ketiga, perubahan preferensi konsumen yang semakin cerdas dan terinformasi membuat mereka lebih selektif dalam memilih tempat berbelanja. Penelitian ini penting untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana kualitas layanan, harga, dan promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Dan+Dan. Dengan menganalisis pengaruh ketiga elemen ini, manajemen Toko Dan+Dan dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Selain itu, penelitian ini juga akan

memberikan kontribusi pada literatur akademis mengenai hubungan antara kualitas layanan, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan, yang dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Tabel 1. 1 Tabel Pendukung Per Variabel

ULASAN	VARIABEL	KETERANGAN
	Kualitas Layanan	Menunjukkan bahwa kualitas layanan toko Dan+Dan masih kurang
	Harga	Menunjukkan bahwa harga lebih mahal dari toko lain
	Promosi	Menunjukkan ketidaksesuaian harga yang dilihat dengan yang akan dibayar (tidak promo)

Sumber : google maps (2025)

Berdasarkan identifikasi terhadap komplain melalui ulasan Google menunjukkan bahwa komplain yang sering di dapatkan yaitu berkaitan dengan kualitas pelayanan yang kurang, harga yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, dan informasi mengenai promosi yang kurang. Dengan demikian, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menjelaskan pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan di toko Dan+Dan Adapun terdapat beberapa pandangan yang berbeda di antara peneliti terdahulu mengenai aspek pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan yang diuraikan pada tabel berikut ini :

Tabel 1. 2 Researce Gap

RESEARCH GAP	HASIL	PENULIS
- Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	- Berpengaruh positif Signifikan - Tidak signifikan	(Setyawati, 2023) (Malik Ibrahim dan Sitti Marijam, 2019)
- Harga terhadap kepuasan konsumen	- Berpengaruh positif Signifikan - Tidak signifikan	(Napitupulu, 2019) (Kurniawan, 2022)
- Promosi terhadap kepuasan konsumen	- Berpengaruh positif Signifikan - Tidak signifikan	(Ronal Aprianto, 2016) (Millenia dan Dara, 2023)

Sumber: Diolah dari Setyawati (2023); Malik Ibrahim dan Sitti Marijam (2019); Napitupulu (2019); Kurniawan (2022); Ronal Aprianto (2016); Millenia dan Dara (2023).

Berdasarkan latar belakang masalah secara praktis dan empiris, maka diperlukan penelitian mengenai “ Pengaruh Kualitas Layanan,Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Dan+Dan”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, Toko Dan+Dan menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini meliputi:

1. Kualitas Layanan yang Beragam

Terdapat variasi dalam kualitas layanan yang diberikan oleh Toko Dan+Dan, seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.. Hal ini dapat mencakup kecepatan pelayanan, sikap dan keramahan karyawan, serta kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Ketidakteragaman dalam kualitas layanan dapat menyebabkan ketidakpuasan di kalangan pelanggan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi loyalitas dan Kepuasan Pelanggan mereka.

2. Harga yang Tidak Kompetitif

Dalam industri ritel, harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Toko Dan+Dan perlu memastikan bahwa harga yang ditawarkan bersaing dengan pesaing lain. Jika harga dianggap terlalu tinggi

tanpa disertai dengan nilai tambah yang jelas, pelanggan mungkin akan beralih ke toko lain yang menawarkan harga lebih rendah. Penelitian ini akan mengidentifikasi apakah harga yang ditetapkan oleh Toko Dan+Dan sesuai dengan harapan dan persepsi nilai pelanggan.

3. Efektivitas Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Toko Dan+Dan, seperti diskon, bundling produk, dan program loyalitas, perlu dievaluasi efektivitasnya. Tidak semua jenis promosi akan menarik bagi semua segmen pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk memahami jenis promosi mana yang paling efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Jika promosi tidak sesuai dengan preferensi pelanggan, maka dampaknya terhadap kepuasan pelanggan bisa jadi minimal.

4. Perubahan Preferensi Pelanggan

Pelanggan saat ini semakin cerdas dan memiliki akses lebih banyak terhadap informasi. Mereka cenderung membandingkan kualitas layanan, harga, dan promosi dari berbagai toko sebelum membuat Keputusan Pelanggan. Toko Dan+Dan perlu memahami perubahan preferensi ini dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan ini dapat menyebabkan penurunan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

5. Kurangnya Data dan Analisis

Toko Dan+Dan mungkin belum memiliki data yang cukup untuk menganalisis hubungan antara kualitas layanan, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan. Tanpa data yang memadai, sulit untuk membuat keputusan yang berbasis bukti untuk meningkatkan strategi pemasaran dan layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekurangan tersebut dengan memberikan analisis yang komprehensif.

1.3 Batasan Masalah

Subjek Penelitian, Penelitian ini akan difokuskan pada pelanggan yang berbelanja di Toko Dan+Dan. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah

pelanggan yang telah melakukan pembelian untuk memastikan bahwa mereka memiliki pengalaman yang relevan dengan layanan, harga, dan promosi yang ditawarkan. Variabel yang Diteliti, Penelitian ini akan membatasi analisis pada tiga variabel utama, yaitu:

1. Kualitas Layanan, Diukur melalui aspek-aspek seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Harga, Dihitung berdasarkan persepsi pelanggan terhadap harga produk yang ditawarkan oleh Toko Dan+Dan dibandingkan dengan pesaing.
3. Promosi, Mencakup berbagai jenis promosi yang diterapkan oleh Toko Dan+Dan, seperti diskon, bundling produk, dan program loyalitas.

Aspek Kepuasan Pelanggan, Penelitian ini akan fokus pada kepuasan pelanggan yang diukur melalui indikator-indikator seperti kepuasan terhadap produk, layanan, dan pengalaman berbelanja secara keseluruhan. Penelitian tidak akan membahas aspek lain dari kepuasan pelanggan yang mungkin dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi atau tren pasar.

Metode Pengumpulan Data, Data akan dikumpulkan melalui survei yang disebarkan kepada pelanggan Toko Dan+Dan. Penelitian ini tidak akan mencakup metode pengumpulan data lain, seperti wawancara mendalam atau observasi langsung, untuk menjaga fokus dan efisiensi dalam pengumpulan data.

Lokasi Penelitian di Toko Dan+Dan yang berlokasi Jl. Villa Bogor Indah, RT.01/RW.11, Ciparigi, Kec. Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat 16157. Penelitian tidak akan mencakup cabang atau lokasi lain dari Toko Dan+Dan di luar area yang ditentukan.

Keterbatasan Penelitian, Penelitian ini tidak akan membahas faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, pengalaman belanja online, atau faktor sosial dan budaya. Dengan demikian, fokus utama penelitian ini adalah pada pengalaman pelanggan yang berbelanja langsung di Toko Dan+Dan di lokasi Ciparigi, Bogor. Selain itu, hasil penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk semua jenis toko ritel, karena fokusnya adalah pada Toko Dan+Dan secara spesifik.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, maka ditemukan rumusan masalah penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan yang diberikan oleh Toko DAN+DAN berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan?

Rumusan ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana aspek kualitas layanan, seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, serta kemudahan bertransaksi, berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

2. Apakah harga produk yang ditawarkan oleh Toko DAN+DAN memengaruhi Kepuasan Pelanggan dan kepuasan pelanggan?

Rumusan ini berfokus pada hubungan antara strategi harga yang diterapkan dengan persepsi pelanggan terhadap nilai produk, serta dampaknya terhadap kepuasan mereka.

3. Apakah promosi berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Toko DAN+DAN, dan apakah berbagai jenis promosi (diskon, bundling, dan program loyalitas) efektif dalam menarik pelanggan?

Rumusan ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan serta menganalisis efektivitas berbagai strategi promosi dalam meningkatkan daya tarik dan loyalitas pelanggan.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Toko Dan+Dan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga manajemen Toko Dan+Dan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan bisnis Toko Dan+Dan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri ritel.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari proses penelitian ini adalah:

1. Menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh Toko Dan+Dan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. penelitian ini bertujuan untuk menilai berbagai aspek kualitas layanan, seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Menilai Pengaruh Harga

Untuk mengevaluasi pengaruh harga produk yang ditawarkan oleh Toko Dan+Dan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana persepsi pelanggan terhadap harga berkontribusi pada Kepuasan Pelanggan dan tingkat kepuasan mereka.

3. Menganalisis Efektivitas Promosi

Untuk mengidentifikasi jenis promosi yang paling efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Toko Dan+Dan. Penelitian ini akan menganalisis berbagai strategi promosi yang diterapkan, seperti diskon, bundling produk, dan program loyalitas, serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

4. Memberikan Rekomendasi Strategis

Untuk memberikan rekomendasi yang berbasis data kepada manajemen Toko Dan+Dan mengenai cara meningkatkan kualitas layanan, menetapkan harga yang kompetitif, dan merancang promosi yang menarik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. Kontribusi terhadap Ilmu Pengetahuan

Untuk memberikan kontribusi pada literatur akademis mengenai hubungan antara kualitas layanan, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang pemasaran dan manajemen ritel.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

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

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

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

BAB IV

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

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

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku jurnal, rujukan yang secarasah digunakan dalam menyusun penelitian