

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan toko ritel modern di Indonesia saat ini telah mengalami pertumbuhan yang pesat dan juga menunjukkan tren yang signifikan. Keberadaan toko ritel modern semakin menguasai pasar dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Selain menawarkan berbagai macam produk dengan kemudahan akses, toko ritel modern juga menawarkan banyak promosi menarik serta pengalaman belanja yang lebih nyaman. Saat ini toko ritel modern tidak hanya menyediakan kebutuhan pokok rumah tangga, namun juga berbentuk toko ritel yang menyediakan kebutuhan fashion, barang elektronik dan juga kesehatan. Toko ritel modern yang menyediakan kebutuhan elektronik khususnya barang – barang kebutuhan di rumah menjadi salah satu toko yang masih banyak diminati oleh pelanggan. Alasannya untuk membeli suatu barang elektronik pelanggan biasanya butuh penjelasan yang detail serta terperinci dari seseorang yang paham atas barang tersebut (staff), selain itu pelanggan juga ingin melihat secara langsung barang elektronik tersebut untuk memastikan kualitas, material, bentuk dan ukuran apakah sudah sesuai dengan kebutuhan / keinginannya serta pelanggan ingin melakukan trial pada produk tersebut.

Seiring berjalannya waktu persaingan di pasar toko ritel modern yang menyediakan barang elektronik meningkat. Ada banyak perusahaan yang berlomba untuk menjual produk – produk elektronik yang memiliki kualitas atau merek yang hampir sama namun dengan sisi kualitas pelayanan yang berbeda – beda di setiap perusahaan. Salah satu toko ritel modern yang menyediakan barang elektronik yaitu Informa Electronics, salah satunya yang terletak di Living World Kota Wisata Cibubur.

Informa Electronics adalah salah satu bagian dari Kawan Lama Group yang didirikan pada tahun 2013 sebagai pengembangan dari Informa. Dengan slogan "*The Most Complete Home Electronics and Appliances*", Informa Electronics

menawarkan lebih dari 2.000 produk elektronik dan peralatan rumah tangga berkualitas dari 40 merek terkenal, seperti Sony, LG ,Panasonic, Sharp, Daikin dan masih banyak lagi termasuk juga merek internal yaitu KELS yang menyediakan berbagai koleksi elektronik praktis dan estetik. Hingga saat ini, Informa Electronics telah memiliki lebih dari 80 lokasi di seluruh Indonesia, baik yang terintegrasi dalam toko Informa maupun sebagai toko mandiri. Selain layanan purna jual dan staf professional.

Informa Electronics sangat mengutamakan nilai kepuasan konsumen. Informa Electronics berkomitmen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui berbagai layanan dan program unggulan. Berikut beberapa inisiatif yang telah diterapkan:

1. Jaminan Kepuasan 100%, memastikan setiap pelanggan mendapatkan produk dan layanan berkualitas tinggi yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan dalam setiap transaksi.
2. Jaminan Harga Terbaik, Informa Electronics menyediakan jaminan jika pelanggan menemukan produk yang sama dengan harga lebih rendah di retail lain dalam waktu 7 hari dari tanggal transaksi, maka Informa Electronics akan menyesuaikan harga tersebut.
3. Layanan Pengiriman dan Instalasi Gratis, menawarkan layanan pengiriman dan instalasi gratis untuk pembelian dengan nominal dan jarak tertentu, yang bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam mendapatkan produk tanpa biaya tambahan.
4. Program Promosi Menarik, salah satu program promosi, seperti "Furnitronic" yaitu memberikan penawaran khusus, termasuk pembelian produk elektronik dengan bonus furnitur gratis. Bentuk promosi lain yaitu, khusus bagi para member berhak mendapatkan potongan harga dan cashback hingga jumlah tertentu.
5. Aplikasi *INFORMA Mobile* , menyediakan aplikasi *mobile* yang memudahkan pelanggan mengakses berbagai layanan dan produk secara *online* untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan berbelanja.

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu hal yang berperan dalam keberhasilan sebuah bisnis, terutama dalam industri ritel elektronik yang memiliki persaingan tinggi. Faktor utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ada dua hal yaitu kualitas pelayanan dan harga. Pertama, kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan pengalaman positif pelanggan, menciptakan loyalitas, dan memperbesar kemungkinan pembelian ulang serta rekomendasi kepada sesama pelanggan lain. Dan yang kedua yaitu harga, harga yang kompetitif dapat menjadi daya tarik utama bagi pelanggan dalam membuat keputusan pembelian (Swastha & Handoko, 2016).

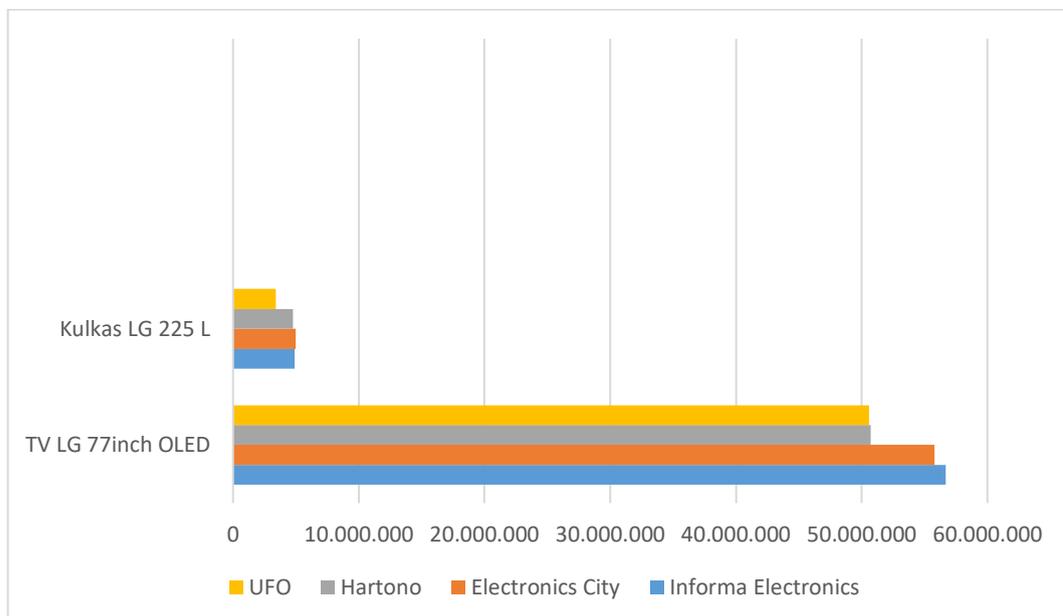
Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman belanja yang positif, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mendorong rekomendasi dari satu pelanggan ke calon pelanggan lainnya. Sementara itu, harga yang kompetitif memainkan peran penting dalam keputusan pembelian, terutama di era digital seperti saat ini di mana pelanggan dapat dengan mudah membandingkan harga di berbagai *platform e-commerce*.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam keberhasilan bisnis ritel, terutama dalam industri elektronik yang memiliki persaingan tinggi. Namun, berdasarkan beberapa ulasan di Google Maps dan media sosial seperti Instagram dan TikTok, ditemukan beberapa keluhan pelanggan terkait pengiriman barang yang lambat, harga yang dianggap lebih mahal dibandingkan kompetitor khususnya pada *e-commerce* atau *marketplace*, serta keterbatasan informasi produk yang diberikan. Namun, disisi lain banyak pula pelanggan yang merasa puas berbelanja di Informa Electronics khususnya dalam segi pelayanan dan pengalaman berbelanja yang tidak didapatkan ditempat lain.

Selain tingkat kepuasan konsumen, harga juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian. Strategi harga yang efektif harus mempertimbangkan keseimbangan antara harga yang ditawarkan dan persepsi nilai yang diterima pelanggan (Swastha & Handoko, 2016). Jika harga dianggap terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas layanan yang baik, maka

pelanggan cenderung beralih ke kompetitor lain yang menawarkan harga lebih kompetitif atau lebih terjangkau dengan pelayanan yang lebih memuaskan. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai *achievement* yang diinginkan perusahaan baik dari sisi kualitas pelayanan, penetapan harga yang sesuai dengan kualitas dan lain sebagainya.

Berikut dibawah ini penulis sajikan data perbandingan harga antara Informa Electronics Living World Kota Wisata dengan kompetitor – kompetitor lain, berdasarkan hasil riset penulis.

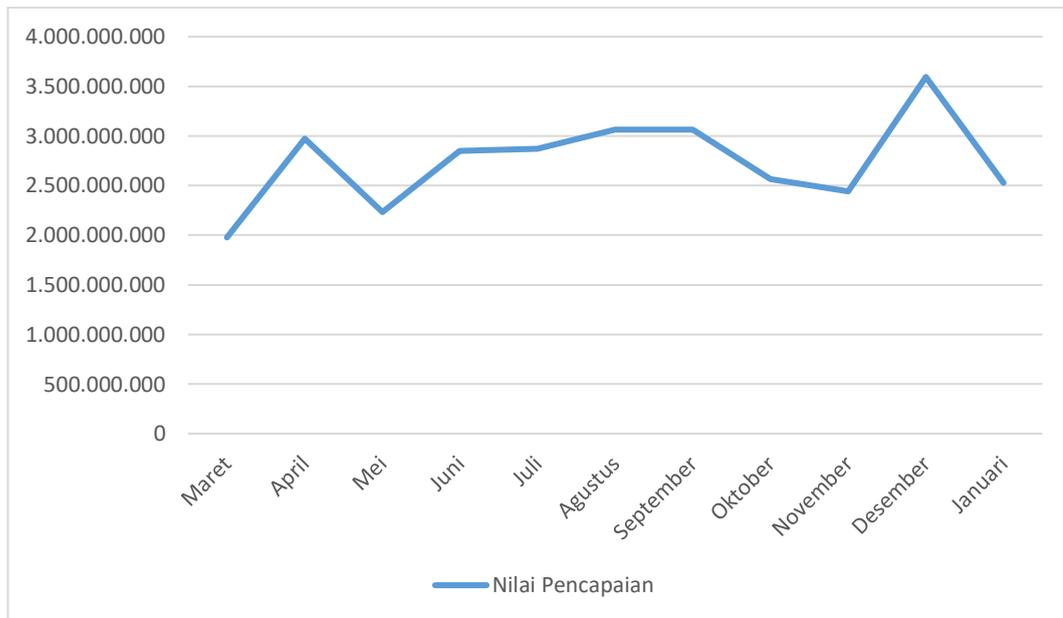


Gambar 1.1 Perbandingan Harga Produk Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur dengan Kompetitor

Sumber : Hasil Penelitian Penulis

Dari data yang disajikan diatas dapat dilihat bahwa ada perbedaan harga dari setiap produk dengan merk atau tipe yang sama antara Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur dan toko kompetitor lainnya. Dengan perbedaan harga ini bisa menjadi salah satu faktor penentu pelanggan dalam menentukan pilihan toko atau tempat untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Mengingat secara umum pelanggan lebih mengharapkan atau menginginkan produk dengan harga yang lebih terjangkau.

Adapun data penjualan Informa Electronis Living World Kota Wisata Cibubur berikut penulis sajikan dalam sebelas bulan terakhir yaitu sejak *grand opening* hingga saat penulis melakukan penelitian ini. (lihat Gambar 1.2)



Gambar 1.2 Penjualan Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur Periode Maret 2024 s/d Januari 2025

Sumber: Manajemen Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur

Berdasarkan data yang penulis jabarkan diatas, dapat diketahui bahwa penjualan Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur mengalami penurunan yang signifikan pada pada Januari 2025 penjualan hanya mencapai Rp. 2.528.783.897. Bagaimana dengan data yang sudah penulis paparkan untuk pertama kalinya Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur tidak mencapai target atau persentase pencapaian dibawah 98%.

Hal ini sebaiknya harus menjadi perhatian bagi pihak manajemen Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur dengan menganalisis hal – hal yang dapat menjadi faktor penyebabnya. Apakah karena daya beli pelanggan yang menurun atau tingkat minat transaksi pelanggan di Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur yang rendah. Mengingat pelanggan adalah yang utama dalam proses jual beli, maka tingkat kepuasan pelanggan tentu menjadi hal yang harus diperhatikan, manajemen atau perusahaan harus mencari tahu apa yang

menjadi nilai yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan apakah seperti kualitas pelayanan, harga ataupun hal lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dalam penelitian ini penulis akan mengangkat judul penelitian yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil dari penelitian penulis ditemukan beberapa masalah yang dapat penulis identifikasi antara lain:

1. Kurangnya informasi produk yang diberikan oleh staf kepada pelanggan.
2. Harga yang dianggap lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing.
3. Pelayanan yang dianggap terlalu lama saat melakukan pembayaran.
4. Pengiriman barang yang dirasa lama atau tidak sesuai dengan waktu yang disepakati
5. Pelanggan sering membandingkan harga antara Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur dengan *e-commerce*.

1.3 Batasan Masalah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa permasalahan pada Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur maka agar penelitian ini lebih fokus dan terarah, beberapa batasan masalah ditetapkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Informa Electronic Living World Kota Wisata Cibubur.
2. Penelitian hanya dilakukan pada pelanggan Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur.
3. Aspek harga yang diteliti meliputi kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan transparansi harga.

4. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan persepsi pelanggan terhadap pengalaman belanja mereka di Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan utama yang akan dijawab, yaitu:

1. Apakah secara parsial ada pengaruh atas kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur?
2. Apakah secara parsial ada pengaruh atas penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan di Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur?
3. Apakah secara simultan ada pengaruh atas kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis jelaskan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial ada pengaruh atas kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur?
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial ada pengaruh atas penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan di Informa Electronics Living World Kota Wisata Cibubur?
3. Untuk mengetahui apakah secara simultan ada pengaruh atas kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan?

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian penulis, maka diharapkan penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penulis harap penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk mengevaluasi atau sebagai bahan pertimbangan tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan penulis atas pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dan sebagai syarat untuk penulis mendapatkan gelar S1 Manajemen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan untuk penelitian di waktu mendatang dan juga memperkaya kepustakaan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dengan penelitian, seperti teori kualitas pelayanan, teori harga, teori kepuasan pelanggan, serta tinjauan penelitian terdahulu. Selain itu, bab ini juga mencakup kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, termasuk jenis penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan analisis data yang diperoleh, termasuk deskripsi responden, uji validitas dan reliabilitas, serta hasil pengujian hipotesis. Bab ini juga membahas implikasi dari hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi manajerial, serta saran yang dapat dijadikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi referensi dari buku, jurnal, dan sumber ilmiah lainnya yang digunakan dalam penelitian.

LAMPIRAN

Berisi kuisioner penelitian, hasil uji statistik, dan dokumen pendukung lainnya.