

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu supermarket di kota Palembang adalah Giant Ekstra Kenten. Perusahaan ini merupakan salah satu anak perusahaan dari PT HERO Supermarket Tbk. Perusahaan ini juga berekspansi baik menyebar dan dikota-kota besar di Indonesia. Giant Ekstra Kenten menyediakan berbagai macam barang-barang kebutuhan secara lengkap dan hampir semua produk yang dibutuhkan oleh konsumen tersedia di Giant Ekstra Kenten. Produk yang dijual di Giant Ekstra Kenten yaitu barang elektronik, kendaraan bermotor, pakaian dan barang kebutuhan sehari. Selain itu disana juga banyak dibuka gerai makanan, tempat bermain anak, dan terdapat juga salon kecantikan. Harga barang yang ditawarkan di Giant Ekstra Kenten masih bisa terjangkau oleh masyarakat umum menengah kebawah.

Untuk menarik perhatian konsumen Giant Ekstra Kenten memberikan banyak diskon terhadap barang yang mereka jual. Giant Ekstra Kenten terletak ditempat yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, sehingga banyak konsumen yang berkunjung dan berbelanja untuk memenuhi kebutuhan mereka. Giant Ekstra Kenten memiliki Fasilitas diantaranya yaitu tempat parkir yang cukup luas, tempat ibadah sehingga konsumen diberikan kenyamanan saat berkunjung. Selain itu Giant Ekstra Kenten juga menerapkan sistem pelayanan yang baik dan ramah pada konsumen, sehingga konsumen merasa nyaman pada saat berbelanja.

Perusahaan harus dapat memenangkan persaingan, salah satu caranya adalah dengan memenuhi keinginan konsumen. Konsumen akan memilih produk dan jasa yang memberikan nilai terbesar bagi mereka. Jadi cara untuk mempertahankan pasar adalah dengan membuat konsumen puas termasuk dengan memberikan mutu produk dan kualitas layanan yang terbaik. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan konsumen akan kecewa, sebaliknya jika produk tersebut jauh di atas harapan konsumen akan merasa puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lainnya.

Banyaknya kebutuhan konsumen akan barang membuat para pelaku bisnis ritel berpacu untuk dapat memenuhi kebutuhan dan harapan yang diinginkan. Gaya hidup modern mengarah kepada hal yang serba praktis dan serba instan, membuat masyarakat sebagai konsumen mencari tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari yang lokasi dekat dan mudah ditempuh untuk menghemat waktu. Selain itu faktor kenyamanan seperti fasilitas dan kualitas pelayanan yang baik juga menjadi hal yang tak luput dari perhatian konsumen. Adanya promosi berupa informasi tentang produk dan harga yang lebih murah juga menjadi salah satu daya tarik untuk memikat konsumen. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen

sebagai tujuan utama. Perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, konsumen pada saat ini dan yang akan datang.

Banyak peneliti sebelumnya yang telah melakukan penelitian serupa. Dari beberapa penelitian tersebut ditemukan adanya perbedaan hasil penelitian yang akan ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Research Gap Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	Terdapat pengaruh signifikan antara Produk terhadap kepuasan Pelanggan.	Christian Lasander
	Tidak terdapat pengaruh signifikan antara produk terhadap kepuasan konsumen.	Ika Mariana Zulaika

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber.

Christian Lasander meneliti tentang pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen¹. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ika Mariana Zulaika yang menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen².

¹Christian Lasander, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional, Manado: *Jurnal Ekonomi*, 2013 (Vol. 1 No. 3).

² Ika Mariana Zulaika, Pengaruh Kualitas Layanan, Store Image, Kualitas Produk, Lingkungan Belanja, dan Harapan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Swalayan Asgros Solo), Yogyakarta: *Skripsi Keuangan Islam*, 2015.

Tabel 1.2
Research Gap Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	Terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan Konsumen.	Jefry F.T. Bailia, Agus Supandi Soegoto, dan Sjendry Serulo R. Loindong.
	Tidak terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.	Deddy Rakhmad Hidayat dan Muhammad Riza Firdaus.

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber.

Jefry F.T. Bailia dkk meneliti tentang pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen³. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Deddy Rakhmad Hidayat & Muhammad Riza Firdaus yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen⁴.

Tabel 1.3
Research Gap Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	Terdapat pengaruh signifikan antara Promosi terhadap kepuasan Konsumen.	Afifudin dan Sonang Sitohang
	Tidak terdapat pengaruh signifikan antara Promosi terhadap kepuasan konsumen.	Jesica Lanzun, James D. D Masiee, dan Decky Adare

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

³Jefry F.T. Bailia dkk, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado, Manado: *Jurnal Ekonomi*, 2014 (Vol. 2 No. 3).

⁴Deddy Rakhmad Hidayat & Muhammad Riza Firdaus, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya), Pangkalan Raya: *Jurnal Wawasan Manajemen*, 2014, (Vol. 2 No. 3).

Afifudin & Sonang Sitohang meneliti tentang pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen⁵. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jesica Lanzun dkk yang menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen⁶.

Tabel 1.4

***Research Gap* Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	Terdapat pengaruh signifikan antara Lokasi terhadap kepuasan Konsumen.	Afifudin dan Sonang Sitohang
	Tidak terdapat pengaruh signifikan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen.	Grace Marleen Wariki, Lisbeth Mananeke, dan Hendra Tawas.

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

Afifudin & Sonang Sitohang meneliti tentang pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen⁷. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Grace Marleen Wariki dkk yang menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen⁸.

⁵Afifudin & Sonang Sitohang, Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan, Surabaya: *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2016 (Vol. 5 No. 12).

⁶Jesica Lanzun dkk, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel, Manado: *Jurnal EMBA*, 2014 (Vol. 2 No. 3).

⁷Afifudin & Sonang Sitohang, Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan, Surabaya: *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2016 (Vol. 5 No. 12).

⁸Grace Marleen Wariki dkk, Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado, Manado: *Jurnal EMBA*, 2015 (Vol. 3 No. 2).

Tabel 1.5

Research Gap Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	Terdapat pengaruh signifikan antara Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen.	Edy Haryanto
	Tidak terdapat pengaruh signifikan antara Fasilitas terhadap kepuasan konsumen.	Ika Selvia Umayya NST

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber.

Edy Haryanto meneliti tentang pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen⁹. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ika Selvia Umayya NST yang menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen¹⁰.

Tabel 1.6

Research Gap Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	Edy Haryanto
	Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	Deddy Rakhmad Hidayat & Muhammad Riza Firdaus

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber.

Edy Haryanto meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas

⁹Edy Haryanto, Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado, Manado. Manado: *Jurnal EMBA*, 2013 (Vol. 1 No. 3).

¹⁰Ika Selvia Umayya NST, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan, Medan: *Skripsi Ekonomi*, 2017.

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen¹¹. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Deddy Rakhmad Hidayat & Muhammad Riza Firdaus yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen¹².

Dari fenomena data tersebut, dapat ditarik simpulan bahwa tidak semua kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya *research gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Bagaimana penelitian di atas menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari variabel Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Fasilitas dan Kualitas pelayanan yang dipandang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, hal-hal yang membentuk Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Fasilitas dan Kualitas pelayanan harus dikelola dengan baik karena dapat mempengaruhi tingkat kepuasan Konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Fasilitas dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis mencoba mengidentifikasi permasalahan yaitu:

¹¹Edy Haryanto, Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado, Manado. Manado: *Jurnal EMBA*, 2013 (Vol. 1 No. 3).

¹²Deddy Rakhmad Hidayat & Muhammad Riza Firdaus, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya), Pangkalan Raya: *Jurnal Wawasan Manajemen*, 2014, (Vol. 2 No. 3).

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
5. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
7. Apakah produk, harga, promosi, lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?
7. Apakah produk, harga, promosi, lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang ?

D. Manfaat Penelitian

Selain sebagai salah satu syarat bagi peneliti guna mendapatkan gelar kesarjanaan, penelitian ini juga memberikan manfaat:

1. Bagi Penulis

Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan serta pengalaman mengenai adakah pengaruh produk, harga, promosi, lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang. Secara praktis, penelitian ini diharapkan sebagai penerapan pengetahuan yang didapat oleh penulis menempuh pembelajaran di perguruan tinggi pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Bagi Perusahaan

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi perusahaan. Secara praktis, penelitian ini diharapkan

menjadi referensi bagi pihak perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan strategi perusahaan yang berkelanjutan dan menciptakan keunggulan bersaing terhadap perusahaan.

3. Bagi Civitas Akademik

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran Ekonomi Islam serta bahan pertimbangan dan informasi dalam kajian yang berkaitan dengan penelitian ini.

