

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 . Latar Belakang Penelitian

Saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin maju. Kebutuhan informasi yang semakin cepat dan juga komunikasi secara global telah mendorong terjadinya persaingan yang kompetitif antar perusahaan dalam upaya menguasai pasar. Begitu pula dengan persaingan perusahaan-perusahaan penyedia makanan cepat saji. Hal ini mendorong perkembangan dunia usaha semakin ketat, sehingga menuntut adanya sistem pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa.

Manajemen pemasaran atau yang sering disebut marketing management merupakan salah satu jenis manajemen yang dibutuhkan untuk semua bisnis. Marketing management ini menyangkut produk atau jasa agar lebih dikenal konsumen. Oleh sebab itu, pihak perusahaan harus mengerti diskursus lengkap terkait management marketing ini.

Manajemen pemasaran juga bertugas mengukur dan menganalisis strategis proses pemasaran suatu perusahaan maupun organisasi. Manajemen pemasaran bertugas sangat penting dalam perusahaan atau organisasi karena dengan adanya manajemen pemasaran perusahaan bisa meraih target pasar yang diinginkan dan mendapat lebih banyak konsumen.

Persaingan yang ketat mengharuskan perusahaan lebih teliti dalam mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang ada pada perusahaan, dan apa saja kekurangan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Harapannya perusahaan menjadi tahu apa saja keunggulan yang ada pada perusahaan yang dapat ditonjolkan untuk menambah daya saing perusahaan, perusahaan juga diharapkan dapat mengetahui apa saja kelebihan perusahaan pesaing yang tidak dimiliki oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat meniru dan memodifikasi kelebihan tersebut untuk di aplikasikan pada perusahaan, ataupun dapat menyusun strategi lain untuk bersaing. Strategi pemasaran yang tepat merupakan hal penting yang dapat mendukung pelaku bisnis untuk mampu bersaing dengan pesaingnya. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan konsumen. Selain aspek tersebut perusahaan juga sangat penting untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk perusahaan.

Kabupaten Kerinci merupakan daerah yang banyak menghasilkan berbagai hasil pertanian. Masyarakat Desa Lubuk Nagodang Kecamatan Siulak menjadikan berbagai hasil pertanian sebagai bahan baku industri rumah tangga, Misalnya hasil pertanian yang diolah menjadi dodol adalah kentang yang diolah menjadi dodol kentang. Usaha dodol di Lubuk Nagodang Siulak ini mulai dibuka sekitar tahun 1994. Pada tahap awal, usaha ini merupakan kerja sambilan dari beberapa orang warga masyarakat lalu kemudian dikelola dalam kelompok Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dengan nama Kelompok Karya Mandiri. Seiring

berkembangnya usaha tersebut, maka timbul ide dari masyarakat untuk membuat berbagai macam jenis dodol, seperti dodol rasa pandan, durian, stroberi, dodol kacang merah dan ubi rambat. Hal yang menarik dari industri ini adalah karena bentuk usahanya rumah tangga. Selain itu masyarakat yang mengelola usaha ini memiliki profesi yang berbeda-beda seperti petani, ibu rumah tangga, bahkan ada yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara perspsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Fenomena mempengaruhi bisnis Makanan di Kerinci yang dimulai dari skala kecil dan bisnis makanan berskala menengah hingga bisnis makanan berskala besar.. Banyaknya bisnis makanan yang berada di Kerinci membuat persaingan bisnis semakin ketat, karena disebabkan oleh banyaknya ragam pilihan hidangan makanan dan variasi pilihan bentuk serta rasa, tekstur, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan.

Kepuasan Pelanggan merupakan keinginan yang di harapkan oleh konsumen dan apabila dapat di penuhi oleh perusahaan kecenderungan konsumen akan merasa puas atau senang . kepuasan konsumen merupakan factor awal mempengaruhi intensitas konsumen dalam merekomendasikan sehingga melakukan pembelian berulang menjadi lebih tinggi . Kepuasan

merupakan tujuan dari sebuah usaha atau bisnis. masing-masing perusahaan mendorong untuk menciptakan peluang dengan menerapkan ide-ide baru serta penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat konsumen.

Menurut Parasuraman dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017) menyebutkan bahwa Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.

Fenomena yang dihadapi atau ditemukan pada kualitas pelayanan adalah mempunyai peran penting untuk membentuk kepuasan pelanggan, semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi maka menimbulkan keuntungan bagi perusahaan tersebut.

Menurut para ahli diantara Kusuma dan Suwitho (2015) menyatakan emosional merupakan sifat perasaan hati dan pikiran yang khas dalam perilaku seseorang dengan berbagai macam keadaan kognitif, emosi dan psikologis. Emosional sebagai pendorong kepuasan pelanggan.

Fenomena Pada aspek Emosional yaitu tentang melakukan pembelian karna emosi sangat berpengaruh pada tingkah laku dan kepuasan saat membeli suatu produk karna apabila suasana hati sedang tidak baik kemudian penjual memberi pelayanan yang memuaskan maka pelangganpun akan merasa senang dan nyaman.

Menurut Kotler & Amstrong 2012 (dalam Ningrum dan Tresnati, 2018), berpendapat testimoni merupakan sumber materi iklan yang dapat diandalkan untuk mendukung produk tersebut.

Fenomena Permasalahan yang ditemukan pada testimoni adalah Sebagian besar konsumen tidak memberikan testimoni yang sesuai dengan apa yang dirasakan dengan alasan tidak enak memberi testimoni yang tidak baik. Sedangkan testimoni mempunyai pengaruh daya tarik untuk kelayakan dipercaya oleh konsumen agar melakukan pembelian. Sehingga hal tersebut tidak bisa menjadi evaluasi bagi pelaku usaha hal tersebut berdampak kepada sedikitnya minat beli konsumen.

Setiap konsumen pasti memiliki sejumlah harapan (*expectation*). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Testimoni diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang digunakan. Kepuasan terhadap produk atau jasa dapat dilihat dari kebiasaan konsumen dalam melakukan pembelian secara berulang. Perusahaan perlu mengamati kepuasan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, serta tercapainya tujuan dari perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka, dalam penelitian ini akan menggunakan ketiga variabel independen yaitu Harga, Faktor Emosional dan Testimoni dipertimbangkan untuk diteliti pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen, maka dalam penelitian ini dilakukan suatu penelitian dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FAKTOR**

EMOSIONAL DAN TESTIMONI ORANG LAIN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DODOL KENTANG INSANI MANDIRI”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang masalah di atas bahwa harga, emotional faktor dan testimoni yang besar kecilnya berpengaruh terhadap kepuasan pembelian, maka perumusan masalah penelitian adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri secara parsial dan berapa besar pengaruhnya ?
2. Apakah terdapat pengaruh Faktor Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri secara parsial dan berapa besar pengaruhnya ?
3. Apakah terdapat pengaruh Testimoni terhadap Kepuasan Konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri secara parsial dan berapa besar pengaruhnya ?
4. Apakah terdapat pengaruh Harga, Faktor Emosional Dan Testimoni Terhadap Kepuasan konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri secara simultan dan berapa besar pengaruhnya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian perlu dilakukan tujuan penelitian terlebih dahulu, agar tidak kehilangan arah dalam pembahasannya. Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri secara parsial dan besar pengaruh tersebut.
2. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri secara parsial dan besar pengaruh tersebut.
3. Untuk mengetahui pengaruh Testimoni terhadap Kepuasan Konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri secara parsial dan besar pengaruh tersebut.
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Faktor Emosional dan Testimoni terhadap Kepuasan Konsumen Dodol Kentang Insani Mandiri secara simultan dan besar pengaruh tersebut.

1.4 . Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat secara :

1. Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk referensi atau mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya kualitas layanan, Faktor emosial, Testimoni dan kepuasan pelanggan.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang berniat untuk melanjutkan penelitian ini. Dan diharapkan dapat membantu pihak lain dalam menyajikan informasi dalam penelitian serupa. kualitas pelayanan ,harga dan faktor emotional terhadap kepuasan pelanggan serta dapat dijadikan pertimbangan di masa yang akan datang.

