

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kepuasan konsumen menjadi faktor kunci dalam mempertahankan pangsa pasar dan membangun reputasi merek yang kuat. Untuk mencapai keunggulan kompetitif, perusahaan tidak hanya perlu mempertimbangkan aspek produksi dan distribusi, tetapi juga harus memahami dan merespons preferensi serta kebutuhan konsumen dengan tepat.

Salah satu sektor yang terus berkembang dalam industri ritel adalah industri perlengkapan dan peralatan olahraga. Dalam konteks ini, Toko Eiger Kota Bandar Lampung adalah salah satu pemain utama yang menawarkan beragam produk untuk kegiatan rekreasi alam. Dengan fokus pada penjualan produk berkualitas tinggi dan pengalaman pelanggan yang memuaskan, Toko Eiger memiliki tujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Kota Bandar Lampung dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan pusat aktivitas ekonomi dan memiliki populasi konsumen yang beragam, termasuk mereka yang aktif dalam kegiatan olahraga alam. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen Toko Eiger Kota Bandar Lampung dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan pengalaman belanja konsumen.

Eiger adalah perusahaan dan merek terkenal asal Indonesia yang memproduksi pakaian dan peralatan untuk kegiatan rekreasi alam. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1993 oleh Ronny Lukito. Nama Eiger terinspirasi oleh Gunung Eiger, yang merupakan gunung ketiga terberat didaki di dunia, terletak di *Bernese Alps, Swiss*.

Eiger menyediakan tiga kategori produk utama, yaitu Mountaineering yang berfokus pada kegiatan pendakian gunung, Riding yang fokus pada penjelajahan sepeda motor, dan Authentic 1989 yang diinspirasi oleh gaya klasik para pencinta kegiatan petualangan alam terbuka dengan

desain yang kasual dan *stylish*. Perusahaan ini juga memiliki jaringan distribusi yang luas, mencakup lebih dari 350 toko fisik di Indonesia.

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam toko ritel Seperti Toko Eiger tidak terbatas pada harga dan kualitas produk saja, tetapi juga meliputi aspek-aspek lain seperti layanan pelanggan, atmosfer toko, dan kemudahan pembelian. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap suatu produk. Kepuasan pelanggan juga didefinisikan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya. Menurut Agung dan Kusuma (2019) Kepuasan pelanggan merupakan kunci yang penting untuk dapat mempertahankan konsumen, kepuasan pelanggan tidak hanya sekedar akan membeli kembali produk jasa yang akan tetapi juga akan merekomendasikan ke orang lain mengenai pengalaman konsumen tersebut selama berbelanja di Toko Eiger Kota Bandar Lampung.

Kepuasan pelanggan terjadi ketika pelayanan atau produk memenuhi atau melampaui harapan konsumen itu sendiri. (Tolba et al,2015) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditampilkan pelanggan berdasarkan perasaan yang dirasakan saat pelanggan mendapatkan pelayanan atau produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. (Swari dan Giantari, 2017) kepuasan pelanggan merupakan respon baik dari pelanggan atas produk yang mereka beli. Respon baik tersebut tercipta karena kepuasan mereka atas suatu produk.

Kepuasan pelanggan terjadi tentu dengan adanya faktor yang mempengaruhi seperti harga dan kualitas produk. Pelanggan akan mempertimbangkan harga serta kualitas suatu produk ketika ingin membeli barang atau jasa. Dengan mendapatkan harga yang diharapkan dan disertai kualitas produk yang sesuai dengan keinginan maka pelanggan akan memiliki kepuasan tersendiri dan kembali berbelanja di toko yang sama.

Faktor pertama yang dipertimbangkan kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Kotler (2019), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.

Artinya jika kita berpikir secara luas, harga itu merupakan suatu keseluruhan dari sebuah nilai yang dimana nilai tersebut ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa tersebut. Adapun disini indikatornya adalah perbandingan harga, potongan harga, dan harga promosi. Pada komponen harga kita tidak boleh mengabaikannya sebab harga merupakan salah satu variabel dari marketing mix yang dimana peranan harga disini sangat berpengaruh terhadap volume penjualan pada perusahaan.

Berikut merupakan daftar harga produk yang dijual di Toko Eiger Kota Bandar Lampung

Tabel 1.1 Data Harga Produk Toko Eiger Kota Bandar Lampung

No.	Kategori Produk	Nama Produk	Harga (IDR)
1	Mountaineering	Jaket Gunung XYZ	850.000
2	Riding	Tas Punggung ABC	450.000
3	Authentic 1989	Kaos Outdoor LMN	200.000
4	Mountaineering	Celana Pendek DEF	350.000
5	Riding	Helm Motor GHI	600.000
6	Authentic 1989	Topi Baseball JKL	150.000

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 yang merupakan Data Harga Produk Toko Eiger Kota Bandar Lampung, terdapat berbagai informasi mengenai harga produk yang ditawarkan di toko tersebut diantaranya adalah produk "Jaket Gunung XYZ" dari kategori Mountaineering dijual dengan harga IDR 850.000. Selanjutnya, "Tas Punggung ABC" dari kategori Riding memiliki harga sebesar IDR 450.000. Produk "Kaos Outdoor LMN" dari kategori Authentic 1989 ditawarkan dengan harga IDR 200.000. Selain itu, terdapat pula "Celana Pendek DEF" dari kategori Mountaineering dengan harga IDR 350.000, "Helm Motor GHI" dari kategori Riding seharga IDR 600.000, dan "Topi Baseball JKL" dari kategori Authentic 1989 dengan harga IDR 150.000.

Faktor kedua yang dipertimbangkan dalam kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Garvin (2019) ada 8 dimensi kualitas produk yang terdiri dari kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*feature*), kehandalan (*reliability*), daya tahan

(*durability*), konformasi (*conformance*), kemampuan pelayanan (*service ability*), estetika (*aesthetics*), kualitas yang dirasakan (*perceived quality*). Kualitas produk ini berkaitan dengan persepsi konsumen. Kualitas yang baik menurut sudut pandang konsumen adalah jika produk yang dibeli tersebut sesuai dengan keinginan, memiliki sifat yang sesuai dengan kebutuhan dan setara dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen. Apabila kualitas produk tersebut tidak dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, maka mereka akan menganggapnya sebagai produk yang berkualitas buruk. Permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan berlomba-lomba meningkatkan kualitas produknya.

Tabel 1.2 Performa Penjualan Setiap Produk Di Toko Eiger Kota Bandar Lampung

No.	Nama Produk	Jumlah Terjual (Jan-Apr 2024)	Pendapatan (IDR) (Jan-Apr 2024)
1	Jaket Gunung XYZ	120	102,000,000
2	Tas Punggung ABC	90	40,500,000
3	Kaos Outdoor LMN	150	30,000,000
4	Celana Pendek DEF	80	28,000,000
5	Helm Motor GHI	110	66,000,000
6	Topi Baseball JKL	70	10,500,000

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan data berikut diketahui bahwa Berdasarkan data pada Tabel 1.2 yang mencatat performa penjualan setiap produk di Toko Eiger Kota Bandar Lampung selama periode Januari hingga April 2024, dapat diamati bahwa terdapat variasi yang signifikan dalam penjualan dan pendapatan antara produk-produk yang ditawarkan. Produk "Jaket Gunung XYZ" merupakan produk dengan jumlah terjual tertinggi, dengan total penjualan mencapai 120 unit dan pendapatan sebesar IDR 102.000.000. Di sisi lain, "Topi Baseball JKL" merupakan

produk dengan jumlah terjual terendah, hanya 70 unit, dengan pendapatan sebesar IDR 10.500.000.

Penjualan yang tinggi seringkali merupakan indikasi dari produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Produk yang berkualitas baik cenderung mendapatkan reputasi yang baik di pasar dan dapat menarik minat pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan dan pendapatan. Hal ini terlihat dari fakta bahwa produk "Jaket Gunung XYZ", yang merupakan produk dengan jumlah terjual tertinggi, memiliki pendapatan yang signifikan. Sebaliknya, produk "Topi Baseball JKL", yang memiliki penjualan terendah, juga memiliki pendapatan yang lebih rendah.

Penelitian ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang serupa. Dimana penelitian yang sudah teruji mendapatkan hasil adanya pengaruh harga dan Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berpengaruh secara positif. Berdasarkan hasil penelitian Nurjannah dkk, (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Golden & Cake Kota Palopo” menunjukkan hasil bahwa penelitian di peroleh kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Rental Alat *Outdoor* Astrajingga” yang menyatakan hasil bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kemudian, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kencana (2018) dalam penelitian yang berjudul “*The Effect of Price and Product Quality on Customer Satisfaction*” yang menunjukkan hasil harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen pada konsumen Eiger yaitu harga dan kualitas produk. Maka, penulis tertarik untuk melaksanakan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh**

Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Eiger Kota Bandar Lampung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Eiger Kota Bandar Lampung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Eiger Kota Bandar Lampung?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Eiger Kota Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Eiger Kota Bandar Lampung.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Eiger Kota Bandar Lampung.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Eiger Kota Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan tambahan referensi kepada akademik dan juga penelitian – penelitian selanjutnya yang mengkaji tentang

seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Eiger Kota Bandar Lampung.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan terhadap pengusaha bisnis dapat memberikan ide-ide yang kreatif dalam melakukan penjualan agar Harga dan kualitas produk dapat memberikan kepuasan konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan masalah meninjau hasil penelitian ini, maka peneliti membatasi masalah ini mengenai “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Eiger Kota Bandar Lampung“. Batasan penelitian untuk penelitian yang menganalisis hubungan antara kualitas produk dan penjualan di Toko Eiger Kota Bandar Lampung:

- 1 Penelitian ini terbatas pada Toko Eiger yang berlokasi di Kota Bandar Lampung. Oleh karena itu, hasil penelitian mungkin tidak dapat digeneralisasi ke toko-toko Eiger di lokasi lain.
- 2 Penelitian ini hanya melihat data penjualan selama periode Januari hingga April 2024. Pengamatan dilakukan selama periode tersebut dan tidak memperhitungkan faktor-faktor musiman atau perubahan tren jangka panjang.
- 3 Penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, persaingan pasar, atau perubahan tren konsumen yang dapat memengaruhi penjualan produk.
- 4 Penelitian ini menggunakan data penjualan sebagai indikator kualitas produk, namun tidak melakukan evaluasi langsung terhadap karakteristik atau keunggulan produk dari sudut pandang pelanggan atau penelitian kualitas produk yang lebih mendalam.
- 5 Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik sederhana untuk menghubungkan data penjualan dengan asumsi tentang kualitas produk. Metode ini mungkin tidak

mencakup semua faktor yang dapat memengaruhi hubungan antara kedua variabel tersebut.