

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, perilaku yang konsumtif merupakan sesuatu yang banyak melanda masyarakat. Kebiasaan dan gaya hidup yang cepat berubah dalam waktu yang cepat. Misal dalam berpenampilan yang mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif. Perilaku ini mendorong seseorang untuk tidak hanya memenuhi kebutuhannya akan tetapi mendorong seseorang untuk memenuhi keinginan.

Gaya hidup yang semakin modern sangat mempengaruhi konsumsi pada produk – produk *fashion*. *fashion* merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi *fashion* merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi setiap orang. *Fashion* di Indonesia kini semakin berkembang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan inilah yang menciptakan masyarakat lebih selektif didalam menentukan gaya hidup mereka.

Sepatu merupakan salah satu produk yang sangat erat hubungannya dengan *fashion*. Sepatu menjadi produk yang sangat digemari oleh masyarakat karena sepatu akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi *trend center* di masyarakat. Perkembangan akan *fashion* khususnya sepatu yang semakin diminati oleh masyarakat akan menyebabkan persaingan diantara toko toko sepatu semakin kompetitif.

Original sport center adalah salah satu usaha yang bergerak dalam sektor penjualan sepatu yang berada di Jl. Medoho Raya Semarang. *Original Sport Center* sejak awal berdiri merupakan toko yang menjual produk sepatu original. Produk yang dijual oleh *Original Sport Center* merupakan produk – produk sepatu original dari berbagai *brand* seperti Adidas, Nike, Puma, Diadora, Airwalk dan lainnya. *Original Sport Center* hanya menjual produk yang original, hal ini sudah dipercaya terbukti pelanggan toko sepatu *Original Sport Center* tidak hanya masyarakat di Semarang namun penjualan produk dari *Original Sport Center* telah sampai luar kota bahkan luar Jawa karena telah terbukti produknya original dan mempunyai kualitas yang terjamin. Selain *Original Sport Center* menjual produknya dengan harga yang lebih murah dari harga yang ditawarkan pesaing.

Seiring dengan dengan berjalanya waktu banyak berdiri toko-toko sepatu yang menjual produk yang sejenis dengan *Original Sport Center* fenomena ini menyebabkan persaingan akan semakin ketat sehingga penjualan sepatu di toko *Original Sport Center* akan mengalami penurunan. Hal ini harus diperhatikan oleh *Original Sport Center* agar tetap dapat bertahan dalam persaingan.

Bisnis akan semakin berkembang karena adanya kepuasan dari pelanggan. Karena kunci kesuksesan dari pelaku bisnis adalah kepuasan. Ada beberapa kunci untuk mempertahankan kepuasan pelanggan antara lain kepercayaan, kualitas produk dan persepsi harga. Kepercayaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap penjualan produk, Karena pelanggan akan memastikan bahwa produk yang dia terima merupakan produk yang original dan sesuai apa yang telah ditawarkan oleh penjual. Selain kepercayaan akan produk pelanggan juga akan

mempertimbangkan toko tersebut apakah mempunyai reputasi yang baik atau tidak. Kotler dan Keller (2009) menjelaskan kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antar pribadi dan antarorganisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan. Kepercayaan pelanggan timbul dari suatu proses yang lama. Apabila kepercayaan pelanggan sudah timbul antara pelanggan dan pelaku bisnis, maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan lebih mudah.

Pelaku bisnis juga harus memperhatikan kualitas produknya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2009) menjelaskan kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pelaku bisnis mempunyai kewajiban untuk memberikan pengetahuan kepada konsumen tentang produk yang dijual kepada pelanggan. Penekanan kualitas produk akan memberikan dampak positif terhadap penjualan, dikarenakan terbangunnya pola pikir dan keyakinan bahwa produk tersebut mempunyai kualitas baik.

Persepsi harga juga penting untuk menunjang kepuasan pelanggan. karena konsumen juga mempertimbangkan harga produk yang akan dibeli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara kualitas produk dengan harga yang mereka terima. Tjiptono dan Chandra (2012) mengatakan bahwa persepsi harga adalah kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk, daya saing harga (harga diantara pesaing), serta harga yang sesuai dengan harapan. Harga mempunyai peranan penting terhadap kepuasan konsumen, konsumen yang hanya

melihat harga, dan akhirnya tidak memilih membeli sepatu di *Original Sport Center* karena merasa harga yang ditawarkan terkesan tinggi. Hal ini membuat *Original Sport Center* harus benar – benar pintar dalam hal menentukan harga sesuai dengan produk yang ditawarkan. Berikut adalah beberapa penelitian mengenai variabel kepercayaan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian mengenai variabel kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan masih terdapat berbagai perbedaan temuan. Peneliti Laely (2016) membuktikan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian Dewi dan Rulirianto (2018) membuktikan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian mengenai variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan masih terdapat perbedaan temuan. Palma dan Anjarwati (2016) bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian Sita Budiasturi (2012) yang membuktikan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian mengenai variabel persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan masih terdapat perbedaan temuan. Montung dkk (2015) membuktikan variabel persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun pada penelitian Sulistiyanto dan Soliha (2015) membuktikan variabel persepsi harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penelitian ini diberi judul “ **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sepatu *Original Sport Center* (Studi pada pelanggan sepatu di *Original Sport Center* Semarang).**

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang dikemukakan, maka dalam penulisan skripsi ini rumusan masalah yang disusun adalah sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko sepatu *Original Sport Center* ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko sepatu *Original Sport Center* ?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko sepatu *Original Sport Center*.

1.3. Batasan Penelitian

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada pelanggan yang telah membeli dan menggunakan produk di *Original Sport Center*
2. Variabel yang akan diteliti adalah variabel Kepercayaan, Kualitas produk dan Persepsi Harga selain variabel yang disebutkan tidak akan diteliti.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada toko sepatu *Original Sport Center*
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko sepatu *Original Sport Center*

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko sepatu *Original Sport Center*

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat dirumuskan kedalam manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut :\\

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah serta mengembangkan ilmu pengetahuan pada umumnya dan dalam bidang manajemen pemasaran pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan penulis dalam praktek bidang manajemen pemasaran serta dapat menambah pengalaman dalam menganalisis permasalahan dalam bidang pemasaran dan memperluas pengetahuan mengenai kepercayaan, kualitas produk dan persepsi harga dan kepuasan konsumen.

- b. Bagi Original Sport Center

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai dasar kebijakan bagi pihak Original Sport Center dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen ditinjau dari kepercayaan, kualitas produk, dan persepsi harga.