

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam era kemajuan teknologi yang begitu pesat ini membuat dunia industri usaha semakin mendapatkan banyak ide usaha untuk masyarakat dengan melihat peluang untuk menjual barang ataupun jasa untuk meningkatkan ekonomi negara. Dengan adanya peluang pastinya ada tantangan sehingga dapat menimbulkan ancaman bagi pelaku usaha. Yang dilakukan para pelaku usaha yakni mengisi permintaan pasar dan bersaing dengan banyaknya jenis usaha yang merajarela sekarang sehingga dengan menguasai pasar maka konsumen akan merasa terpuaskan. Tugas dari seorang pemasar dalam perusahaan yakni memenuhi permintaan pasar dikarenakan hal itulah yang paling banyak dibutuhkan masyarakat. Lain daripada itu kunci utama perusahaan dikatakan sukses yakni dengan mendapatkan hati pelanggan sehingga pelanggan loyal sehingga ia melakukan transaksi secara berulang. Hal ini dapat diartikan bahwa produk yang dijual mampu bersaing dan unggul di pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mampu membuat perbedaan dengan para kompetitornya.

Pemilik usaha harus mampu membuat produk atau layanan jasa dengan harga terjangkau agar tersampaikan oleh target pasarnya sehingga kelangsungan hidup perusahaan ada di permintaan pasar yang terpenuhi sehingga perusahaan tidak mudah goyah.

Sumber daya alam di Indonesia melimpah sehingga dapat banyak komoditas dapat didaur ulang contoh salah satunya yakni besi tua. Besi tua ini adalah salah satu komoditas yang mempunyai target pasar tersendiri. Usaha ini merupakan usaha tertua yang ada di Indonesia sehingga sudah banyak tersebar dimanapun berada. Dalam sebuah data kementerian mengemukakan bahwa produksi baja sebanyak 7 juta ton sehingga kebutuhan besi tua dapat mencapai 14 juta ton. Hal ini lah yang membuat peluang usaha bagi pengusaha besi tua yang masih banyak berkeliaran di Indonesia. Apalagi layanan peleburan jasa yang dapat diimpor dari luar negeri. (Nurhalimah et al., 2020)

Bisnis besi tua ini bergerak dalam bidang jasa sehingga kepuasan pelanggan adalah tujuan utama perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Pada penelitian ini teori manajemen pemasaran dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan. Manajemen pemasaran yakni proses bisnis yang dapat menghasilkan hasil dari kerja keras seorang pemasar dalam suatu perusahaan untuk menginklankan usahanya. Dalam manajemen pemasaran tentunya membahas mengenai pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah hasil dari penilaian pelanggan terhadap produk yang dibeli atau layanan yang didapatkan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan saling berhubungan karena dalam dunia industri ada dua macam pelanggan yakni pelanggan baru yang akan berubah menjadi pelanggan lama. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Supertini (2020) bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Toko Buku hal ini berbeda dengan

penelitian yang dilakukan oleh Imelda (2022) bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan GRAB Bike di SMA Al-Azhar Jakarta. (Christian, 2022)

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni penetapan harga. Harga ialah nilai suatu produk yang dijual oleh perusahaan. Dari hasil observasi peneliti harga besi yang ditimbang untuk dikirim ke pabrik berubah – ubah tergantung harga dari pabrik yang menetapkan dan tentunya pabrik peleburan besi menetapkan tergantung harga pasar. Keputusan untuk menentukan harga juga sangat penting dalam sebuah usaha untuk meningkatkan citra perusahaan tersebut. Penetapan harga besi yang ditawarkan sebagian besar adalah hal penting dalam operasi perusahaan. Strategi penetapan ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian, terlebih lagi usaha yang bergerak di bidang jasa seperti CV. Halilih Choddin Jaya ini. Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Napitupulu (2020) hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Loi (2020) bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Exzer Amsal Mandiri. (Nugroho, 2022)

Faktor lain dari menurunnya kepuasan pelanggan bisa disebabkan oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengusaha yang bergerak di bidang jasa. Contohnya ada pelanggan yang tidak suka dengan pelayanan karyawan yang tidak ramah. Pelanggan dalam transaksi jual beli adalah seorang raja yang harus dilayani namun hal ini harus bersifat *win win solution* yaitu kedua

pihak pembeli dan pemilik usaha harus sama – sama saling menguntungkan. Kualitas dari suatu pelayanan tidak melulu tentang karyawan yang tidak ramah tetapi bisa juga disebabkan fasilitas prasarana yang diberikan kepada konsumen. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfajar (2021) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Makassar Jeans Palu dan terjadi penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono (2022) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bakso Pak Miad Pematang. (Sambodo Rio Sasongko, 2021)

CV. Halilih Choddin Jaya ialah perusahaan besi tua yang sudah berdiri lama sehingga memiliki banyak pelanggan tetap. Sampai saat ini semakin banyak usaha yang begitu mirip dengan usaha yang dilakukan CV. Halilih Choddin Jaya sehingga perlunya melakukan strategi seperti penetapan harga agar sesuai dengan target pasar dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dari penjabaran yang telah dijabarkan ini penyusun ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang diambil pada penelitian ini yakni :

1. Apakah ada pengaruh antara variabel penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya?
2. Apakah ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya?
3. Apakah ada pengaruh antara variabel penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya?
4. Apakah ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya?
5. Apakah ada pengaruh antara variabel loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya?
6. Apakah ada pengaruh antara variabel penetapan harga melalui loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya?
7. Apakah ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan melalui loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya?

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah penelitian ini yakni hanya meneliti pengaruh penetapan harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya di Surabaya dan loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian pada penelitian ini yakni

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara variabel penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara variabel penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara variabel loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara variabel penetapan harga melalui loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara variabel kualitas pelayanan melalui loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Halilih Choddin Jaya Surabaya.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini yakni

1. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini dapat dipakai pedoman dalam rangka memperebutkan pasar agar tujuan perusahaan tercapai.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman literasi untuk meneliti mengenai variabel – variabel yang ada dalam penelitian ini.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang, tujuan, manfaat, rumusan dan batasan masalah.

BAB II LANDASAN TEORI, berisi teori mengenai penelitian ini dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari variabel, populasi, sampel, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, berisi gambaran umum objek penelitian dan analisis data.

BAB V, terdiri dari kesimpulan dan saran.



