

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan perusahaan serta suksesnya penjualan tidak dapat terpisahkan dari kegiatan pemasaran. Definisi pemasaran menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang atau jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan para konsumen dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Peningkatan dan perkembangan pemasaran tidak hanya berasal dari perusahaan, tetapi juga dari munculnya berbagai layanan baru dan dipengaruhi oleh perubahan teknologi serta penggunaan teknologi yang semakin maju dan berkembang. Pada akhirnya pemasaran tidak hanya diperlukan ketika menjual produk atau jasa tetapi juga harus dapat menawarkan alternatif terbaik kepada pasar sasaran dibandingkan dengan pesaing.

Ada beberapa faktor yang dapat membantu sebuah perusahaan mendapatkan tempat dihati masyarakat, seperti bagaimana perusahaan menetapkan harga yang kompetitif, melakukan promosi yang efektif, menciptakan kualitas pelayanan yang prima serta menciptakan citra perusahaan yang baik dari produk yang ditawarkan pada konsumen.

Harga (Nurdiansyah, 2017:17) adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Dalam pengertian lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli atau harga dapat didefinisikan merupakan cara bagi penjual untuk membedakan penawaran mereka dari pesaing. Beda halnya dengan menurut Fandy Tjiptono (2015:151) mengemukakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya. Berdasarkan pengertian dari para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa harga ialah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen sebagai nilai tukar untuk mendapatkan manfaat dari barang/jasa yang diberikan oleh penyedia barang/jasa.

Peningkatan kualitas pelayanan yang prima dalam suatu perusahaan hendaknya memberikan pelayanan yang dapat diterima dan dirasakan oleh konsumen dalam memenuhi harapan konsumen. Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, konsumen akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Meithiana Indrasari (2019:61) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah “ Keseluruhan dari

keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung”. Salah satu upaya untuk menjamin kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Dari sini terlihat bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan konsumen yaitu *total customer value* yang terdiri dari *product value*, *service value*, *personal value*, *image value* dan *total customer cost* yang terdiri dari *financial cost*, *time cost*, biaya tenaga kerja, dan biaya mental (Kotler dalam Andika, 2019).

Perusahaan layanan jasa rias dan dekorasi Mahkota yang menawarkan jasa kepada konsumen dalam berbagai acara misalnya acara pernikahan, khitanan, lamaran, karnaval dan berbagai acara lainnya yang membutuhkan jasa rias dan dekorasi. Perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota melayani dengan cara yang sistematis untuk memberikan kesan kecantikan dan kesempurnaan penampilan yang membutuhkan ketekunan, kejujuran dan kerjasama tim.

Dalam hal ini perusahaan rias dan dekorasi Mahkota menawarkan harga yang terjangkau dan fleksibel serta kualitas pelayanan yang baik secara fisik maupun non fisik. Sejalan dengan perkembangan gaya hidup kebutuhan masyarakat akan jasa rias dan persaingan yang semakin ketat maka perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota melakukan pemasaran dengan cara memberikan harga dan kualitas pelayanan yang lebih unggul dibanding dengan perusahaan pesaing dalam memenuhi kepuasan konsumen.

Perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota berupaya memenuhi kebutuhan konsumen berupa berbagai kemudahan misalnya dalam pembayaran dan menyesuaikan keterbatasan dana yang dimiliki konsumen serta memberikan segala pilihan terbaik, sehingga segala kebutuhan dan kepuasan konsumen terpenuhi serta perusahaan dapat mencapai kepuasan konsumen yang dibutuhkan.

Perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota harus selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Seorang perusahaan jasa rias dan dekorasi harus cermat mengidentifikasi kebutuhan konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen dan meningkatkan kepuasan dengan layanan dan fasilitas yang ditawarkan sebagai tambahan salah satu keunggulan perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota adalah harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang prima, hal ini terbukti dengan banyaknya konsumen yang menjelaskan mengapa memilih perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota yang diimbangi dengan alat dan bahan riasan berkualitas tinggi dibandingkan dengan perusahaan jasa rias dan dekorasi lainnya.

Dilihat dari penjelasan di atas, hal ini juga selaras dengan jumlah konsumen perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota mulai dari tahun 2019 sampai 2021.

Tabel 1.1
Data Konsumen Jasa Rias dan Dekorasi Mahkota

BULAN	TAHUN		
	2019	2020	2021
JANUARI	26	26	10
FEBRUARI	30	20	11
MARET	24	19	24
APRIL	24	19	17
MEI	25	23	20
JUNI	28	20	19
JULI	33	17	22
AGUSTUS	17	14	28
SEPTEMBER	18	19	27
OKTOBER	19	25	37
NOVEMBER	23	23	19
DESEMBER	19	24	31
TOTAL	286	249	265

Sumber Administrasi Perusahaan Jasa Rias Dan Dekorasi Mahkota

Dari tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa mulai tahun 2019 sampai 2021 jumlah konsumennya adalah 286, 249, 265. Dengan jumlah konsumen yang banyak maka pantaslah jika perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota menjadi lokasi penelitian, perusahaan rias dan dekorasi Mahkota senantiasa menjaga kepuasan konsumen dengan mengedepankan beberapa poin dari harga serta kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti mengambil judul tentang **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Rias Dan Dekorasi Mahkota Jombang”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga secara partial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota Jombang?
2. Apakah kualitas pelayanan secara partial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota Jombang?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah harga secara partial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota Jombang?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara partial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota Jombang?
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa rias dan dekorasi Mahkota Jombang?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti diharapkan dapat menambah wawasan tentang pentingnya ilmu yang berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Bagi Pemilik Usaha diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan khususnya dalam hal mempertahankan konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan.
3. Bagi Peneliti lain sebagai bahan referensi dalam penelitian sejenis.