

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis ritel, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial dalam menentukan keberlanjutan usaha, terutama di sektor penjualan produk konsumsi seperti toko buah. Toko Super Buah Oesapa, sebagai salah satu penyedia buah segar di daerah Oesapa, dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tiga faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam bisnis ritel ini adalah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2021:296), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas sebuah barang ataupun jasa yang diberikan. Harga juga merupakan jumlah dari setiap nilai yang dikeluarkan oleh konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan ataupun menggunakan suatu barang atau jasa. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat kita ketahui bahwa harga adalah sejumlah uang atau sesuatu yang lain beserta faedahnya yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk.

Yunita (2021:60) menyatakan bahwa kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Kualitas pelayanan merupakan cara atau strategi yang diterapkan pada perusahaan untuk lebih meningkatkan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan perusahaan (Permana, 2022). Mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

(Septianarditya & Nasir, 2022). Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan dari pelanggan yang mencerminkan perasaan atau penilaian mereka terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau layanan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu perusahaan untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka tawarkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh pelanggan. Karena dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat memberikan manfaat dalam jangka panjang seperti loyalitas pelanggan, reputasi yang baik, dan meningkatkan laba perusahaan.

Meskipun harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara umum dianggap sebagai faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan, dalam praktiknya tidak semua faktor berpengaruh signifikan. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kualitas produk tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini menandakan bahwa harga dan kualitas pelayanan memang lebih menentukan tingkat kepuasan pelanggan dibandingkan dengan kualitas produk.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan akan berbagai jenis buah segar dan produk kemasan, berbagai jenis buah. Produk-produk tersebut meliputi berbagai jenis yaitu apel fuji 100, fuji 88, apel fuji 125 dan apel fuji163S serta buah naga, anggur merah, dan anggur hijau muscat. Selain itu ada juga buah seperti pear century, melon putih, nanas madu, rambutan buls, jeruk sunkits, jeruk ponkam, jeruk manis, jeruk santang dongfang dan jeruk siam madu. Selain buah segar terdapat juga produk kemasan seperti plastic mika yang digunakan untuk kemasan buah yang didukung proses distribusi dan penjualan higienis serta praktis.

Selain itu, lokasi strategis toko super buah oesapa yang berada di depan pertamina km 10 oesapa. Tempat ini menjadi titik paling penting bagi para pelanggan yang ingin membeli buah segar maupun produk kemasan dengan mudah di akses. Lokasi ini berada di jalur utama yang sering dilalui oleh masyarakat dan pengendara, sehingga mudah bagi masyarakat yang ingin membeli buah-buahan.

Harga merupakan faktor utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli produk. Pelanggan cenderung mencari produk dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Dalam konteks Toko Super Buah Oesapa, harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik pelanggan, sementara harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas produk yang dijual. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat, seperti memberikan harga yang kompetitif dibandingkan pesaing dan menawarkan diskon atau promosi tertentu, dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Menurut teori kepuasan pelanggan, terdapat hubungan antara persepsi harga dengan kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan nilai yang sebanding atau lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang mereka bayar. Dengan kata lain, harga yang wajar dan transparan akan membangun kepercayaan pelanggan terhadap toko.

Kualitas produk adalah faktor utama yang menentukan keputusan pembelian pelanggan di toko buah. Buah yang segar, bebas dari cacat, memiliki rasa yang enak, dan tahan lama akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, buah yang kurang segar atau cepat busuk akan menyebabkan keluhan dan menurunkan loyalitas pelanggan terhadap toko.

Dalam bisnis buah-buahan, kualitas produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: Sumber dan pemasok buah-buahan yang didapat dari pemasok berkualitas akan lebih segar dan tahan lama. Penyimpanan dan display produk- Penyimpanan yang baik (misalnya dengan pendingin yang memadai) dapat menjaga kesegaran buah lebih lama. Rotasi stok-manajemen stok yang baik memastikan buah yang lebih lama disimpan tidak menumpuk dan mengurangi risiko buah busuk di rak. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas produk kemungkinan besar akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan toko kepada orang lain. Oleh karena itu, mempertahankan standar kualitas produk yang tinggi merupakan langkah penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Toko Super Buah Oesapa.

Selain harga dan kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor utama dalam membangun kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mencakup

berbagai aspek, seperti keramahan karyawan, kecepatan dalam melayani, kebersihan toko, dan kemudahan dalam proses transaksi.

Pelanggan yang dilayani dengan baik akan merasa dihargai dan lebih cenderung kembali untuk berbelanja. Beberapa aspek kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan meliputi Sikap dan keterampilan karyawan-karyawan yang ramah, sopan dan memiliki pengetahuan tentang produk dapat membantu pelanggan dalam memilih buah yang terbaik sesuai dengan kebutuhan mereka. Efisiensi layanan kasir-antrian yang terlalu lama dapat mengurangi kenyamanan pelanggan. Oleh karena itu, sistem pembayaran yang cepat dan efisien perlu diterapkan. Kenyamanan dan kebersihan toko-Lingkungan toko yang bersih dan rapi akan menciptakan pengalaman belanja yang lebih menyenangkan bagi pelanggan. Dalam teori kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diterima akan cenderung melakukan pembelian ulang dan lebih mungkin untuk memberikan ulasan positif tentang toko

Tabel 1.1

Data Penjualan Buah Pada Toko Super Buah Oesapa Kota Kupang Tahun 2024

No	Tahun	Nama Item	Jumlah Satuan	Total Harga
1	2024	Plastik Mika	5.335,00 Pcs	10.817.700,00
		Sssssalak Pondoh A	4.553,37 Kg	113.794.200,00
		Anggur Merah Cina	3.927,57 Kg	209.349.980,00
		Apel Fuji 100	3.039,42 Kg	106.455.334,30
		Pear Century	2.713,38 Kg	82.575.736,52
		Apel Fuji 88	2.172,38 Kg	84.268.906,00
		Buah Naga	1.562,42 Kg	60.205.337,00
		Anggur Merah ausy	1.257,74 Kg	96.964.927,62
		Lengkeng Super	913,63 Kg	45.594.850,00
		Apel Fuji 125	906,85 Kg	31.053.190,00

		Apel Fuji 163S	859,69 Kg	22.898.300,00
		Buah Obral	848,27 Kg	16.915.500,00
		Apel Fuji 138	843,89 Kg	25.982.810,00
		Santang Daun	809,68 Kg	39.607.696,00
		Jeruk Sunkist	792,16 Kg	28.204.880,00
		Jeruk Ponkam	717,67 Kg	35.908.992,00
		Semangka Merah Non Biji	631,45 Kg	9.843.650,00
		Melon Putih	628,96 Kg	11.794.850,00
		Jeruk Manis 40	582,48 Kg	20.027.600,00
		Jeruk Santang Dongfang	420,79 Kg	21.963.622,00
		Anggur Merah Peru	312,72 Kg	24.764.460,00
		Nanas Madu	339,50 Buah	6.790.460,00
		Jeruk Afourel Ausy	362,70 Kg	22.414.660,00
		Rambutan Buls 33	308,38 Kg	10.610.800,00
		Jeruk Murkot	293,11 Kg	17.626.651,86
		Jeruk Kino	282,53 Kg	11.300.950,00
		Apel Fuji 175 17 kg	264,15 Kg	9.245.250,00
		Fuji Hijau Biasa	255,16 Kg	9.517.772,00
		Apel Fuji 24 Premium Phoenix	248,57 Kg	15.139.475,00
		Jeruk Siam Madu 20 kg	219,06 Kg	8.047.400,00
		Anggur Hijau Muscat Curah	215,69 Kg	16.302.721,00
		Apel Fuji Merah	201,32 Kg	8.680.500,00
		Anggur Hitam Katar 7 kg	53,80 Kg	4.594.400,00
		Total	36.873,52	1.235.972.661,3

Sumber data: Toko Super Buah Oesapa

Berdasarkan data penjualan buah pada toko Super Buah Oesapa kota Kupang, total penjualan mencapai Rp 1.235.972.661,30 dengan total kuantitas produk sebanyak 36.873,52 satuan (terdiri dari kilogram, buah, dan pcs). Dari seluruh produk yang dijual, terdapat dua kategori penting yang menunjukkan performa yang berbeda yaitu produk paling laku dan produk paling laris.

Produk paling laku, yaitu produk dengan jumlah satuan terbanyak, adalah Plastik Mika yang terjual sebanyak 5.335 pcs. Meskipun tergolong sebagai item non-buah, permintaannya yang tinggi menunjukkan bahwa produk ini sangat penting dalam aktivitas pengemasan atau distribusi. Di antara buah-buahan, Salak Pondoh A menjadi yang paling laku dengan total penjualan sebanyak 4.553,37 kg,

disusul oleh Anggur Merah Cina sebanyak 3.927,57 kg dan Apel Fuji 100 sebanyak 3.039,42 kg. Hal ini menunjukkan bahwa buah lokal seperti salak tetap menjadi pilihan utama bagi pelanggan dari sisi volume.

Sementara itu, produk buah paling laris atau yang menghasilkan pendapatan tertinggi adalah Anggur Merah Cina, dengan total penjualan sebesar Rp 209.349.980,00. Produk ini menunjukkan daya tarik tinggi meskipun harganya relatif mahal, dengan rata-rata harga per kilogram mencapai lebih dari Rp 53.000. Menyusul di posisi kedua adalah Salak Pondoh A dengan penjualan senilai Rp 113.794.200,00, diikuti oleh Apel Fuji 100 sebesar Rp 106.455.334,30. Produk-produk ini menunjukkan kombinasi performa yang kuat baik dari sisi jumlah maupun nilai penjualan.

Selain itu, Anggur Merah Ausy menonjol sebagai salah satu produk dengan harga satuan tertinggi, yaitu sekitar Rp 77.123 per kilogram, meskipun jumlah penjualannya lebih kecil. Ini menunjukkan adanya minat dari pelanggan untuk buah yang bernilai tinggi, walaupun volumenya tidak besar.

Secara umum, penjualan didominasi oleh buah-buahan segar seperti anggur, apel, dan salak. Produk-produk ini menunjukkan konsistensi tinggi dalam permintaan pelanggan. Dari sisi strategi bisnis, fokus pada pengelolaan stok untuk buah impor dengan margin tinggi seperti anggur merah, apel premium, dan pear dapat memberikan kontribusi besar terhadap keuntungan. Di sisi lain, buah lokal dengan volume tinggi seperti salak dan semangka tetap menjadi minat tersendiri bagi pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budi Triongko tahun (2022) dalam jurnal berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Aki Incoe PT Meka Adipratama di Kota Semarang), hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, masing-masing variabel juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Woro Utari tahun (2022) dalam jurnal Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ Enamel menunjukkan hasil yang sedikit berbeda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari kedua penelitian tersebut, terdapat perbedaan hasil mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Budi Triongko dkk tahun (2022). Menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian Woro Utari dkk tahun (2022). menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan analisis data dan adanya hasil kesimpulan yang bertentangan pada variabel kualitas pelayanan membuat penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji ulang dengan judul yang sama, yakni: **“Pengaruh Harga, Kualitas**

Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Super Buah Oesapa.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Super Buah Oesapa”

1.3 Persoalan Penelitian

- a. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Super Buah Oesapa?
- b. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Super Buah Oesapa?
- c. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Super Buah Oesapa?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan Pustaka sebagai pengetahuan khusus dalam mengetahui factor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada pembelian sebuah produk atau jasa.

2. Manfaat Praktis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah data dan informasi dalam penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian serupa, serta menambah wawasan mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ataupun seseorang demi kepuasan terhadap suatu produk atau jasa.