

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan pasar bebas, berbagai jenis barang dan jasa dengan berbagai merek membanjiri pasar Indonesia. Persaingan antar merek setiap produk akan semakin tajam dalam memperebutkan konsumen. Bagi konsumen, pasar menyediakan berbagai pilihan produk dan merek yang banyak. Konsumen bebas memilih produk dan merek yang akan dibelinya. Keputusan pembeli ada dalam diri konsumen. Konsumen akan menggunakan berbagai kriteria dalam membeli produk dan merek tertentu. Di antaranya kriteria tersebut adalah konsumen akan membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya, selera, dan daya belinya. Konsumen juga sering kali memutuskan pembelian suatu produk berdasarkan persepsinya sendiri. Memahami persepsi konsumen adalah penting bagi pemasar dan produsen.¹

Pasar pada saat ini merupakan sentral ekonomi yang memiliki peluang besar dalam memperluas lapangan pekerjaan. Mengingat besarnya penduduk Indonesia yang tinggal di perkotaan memiliki peran yang besar dalam menyediakan lapangan pekerjaan.² Pelaku usaha didorong untuk menciptakan strategi yang kuat demi menarik para konsumen untuk memiliki produk dan merek yang dipasarkan agar dapat unggul dan bersaing di pasaran. Para pelaku usaha pasar khususnya buah luar dalam konteks ini terus berupaya untuk melakukan perbaikan, pengembangan dan evaluasi agar konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan penting dalam meningkatkan keuntungan dan keunggulan dalam bersaing dengan pesaing bisnis pasarnya. Walaupun pasar yang berpusat pada konsumen atau pelanggan berupaya untuk menciptakan pelayanan, dan produknya, kemungkinan hasilnya akan mendapatkan laba yang lebih rendah. Akan tetapi pada akhirnya pasar harus beroperasi

¹ Rizky Gunawan* dan Yusuf Azis dan Mariani, "PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DI TOKO BELI BUAH BANJARMASIN" 6, no. 2017 (2022): 18–24.

² Jimea Jurnal et al., "Jimea | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi) *Persepsi Masyarakat Tentang Kualitas Produk Makanan Khas Ramadhan Di Pasar Tradisional*" 7, no. 1 (2023): 472–88.

berdasarkan filosofi bahwa akan mencoba untuk menyerahkan satu tingkat kepuasan tinggi dengan menerima pada penyerahan tingkat kepuasan yang dapat diterima.³ Adanya manfaat yang menciptakan peningkatan kepuasan konsumen yaitu dapat meningkatkan pendapatan, dapat meningkatkan efisiensi operasional, dan dapat meningkatkan ukuran pasar. Dengan itu konsumen akan merasa puas dan berdampak baik pada pasar, mereka akan terus kembali berkunjung dan dapat pula meningkatkan pembeliannya. Dari kepuasan konsumen tersebut bisa jadi berujung pada promosi dari mulut ke mulut yang dapat memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk mendapatkan konsumen yang baru dengan sendirinya.

Pada tahun 2017 Doni Juan Priansa melansir dari buku Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media bahwa Menurut Randall ada 5 cara untuk mengukur kepuasan konsumen yang terdiri dari keluhan, survey, telepon bebas atau internet, analisis konsumen hilang, dan *Mystery shoppers*.⁴ Kepuasan konsumen sendiri dapat dilihat dari segi kualitas pelayanan karyawan atau pegawai dalam melayani konsumen pasar dalam menjaga kualitas produk. Harga yang akan di tawarkan dengan barang atau kualitasnya juga mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli. Tidak hanya itu kepuasan konsumen juga dapat dilihat dari segi kualitas produknya dengan ini dapat di lihat bahwa kualitas tersebut mampu membuat konsumen puas dalam membeli suatu produk atau merek.

Kualitas produk sendiri merupakan kemampuan untuk mengharapakan suatu produk dapat dihasilkan dan mampu bersaing di pasar. Fungsi daya itu sendiri mencakup daya tahan, keandalan, ketelitian yang dicapai, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta atribut berharga lainnya dari keseluruhan produk.

Menurut Kotler dan Armstrong Kualitas produk adalah *the characteristic of a product or service that bear on to ability to satisfy stated or implied customer*, yang artinya kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan

³ Analisis Pengaruh et al., “Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian oleh oleh di mega rasa pekanbaru,” 2022.

⁴ Sarafica Gischa, “No Title cara mengukur kepuasan konsumen,” *kompas.com*, 2023, <https://www.kompas.com/skola/read/2023/06/15/130000269/5-cara-mengukur-kepuasan-konsumen?page=1>.

kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan.⁵ Kualitas produk dapat terpenuhi apabila suatu produk sesuai dengan harapan konsumen, segmen pasar dapat menawarkan kualitas produk yang bagus dengan tujuan menciptakan hubungan yang baik dengan konsumennya. Hubungan yang sudah terwujud menjadikan pasar mengerti akan kebutuhan yang diharapkan para konsumen.

Kualitas pelayanan sendiri berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan disini juga merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Pelanggan sekarang lebih menyukai kualitas daripada pelanggan pada masa lalu. Produk atau jasa yang dipersepsikan pelanggan berkualitas lebih tinggi mendapatkan kesempatan pasar lebih baik daripada yang dipersepsikan berkualitas rendah. Kualitas baik dapat juga menghasilkan keuntungan lebih tinggi. Produk dan jasa berkualitas tinggi dihargai lebih tinggi daripada barang sejenis berkualitas lebih rendah dan menghasilkan keuntungan lebih besar.

Menurut Abdullah dan Tantri kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.⁶ Kualitas pelayanan menjadi salah satu upaya dalam memenuhi apa yang konsumen butuhkan yang didasarkan pada tingkat keunggulan produk yang selaras dengan harapan keinginan konsumen bisa terpenuhi. Kualitas pelayanan juga menjadi akar yang bisa memuaskan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik berkaitan erat dengan upaya dalam menghadirkan keuntungan besar bagi sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik berdampak pada meningkatnya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Dalam bisnis buah ada hal yang sangat penting yaitu cita rasa. Cita rasa merupakan salah satu interpretasi dari kualitas produk. Dengan adanya penawaran cita rasa yang sesuai dengan keinginan konsumen maka bisa menghasilkan suatu kepuasan pada

⁵ Universitas Budi et al., “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadane Di Jakarta Agus Sriyanto” 5, no. 2 (2016): 163–75.

⁶ Gunawan* dan Yusuf Azis dan Mariani, “Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Toko Beli Buah Banjarmasin.”

konsumen itu sendiri. Pasar buah sendiri harus menyediakan produk yang bervariasi karena konsumen cenderung menginginkan pilihan yang bervariasi, produk yang bervariasi akan memberikan pilihan dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Pasar dapat menggunakan variasi produk sebagai salah satu strategi untuk bersaing dengan kompetitornya.⁷

Variasi produk sendiri yaitu macam-macam produk yang dimiliki suatu pasar, umumnya variasi produk muncul sebagai akibat dari inovasi produk yang sudah ada. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan adalah keberadaan produk yang beraneka ragam atau bervariasi. Setiap konsumen mempunyai preferensi yang berbeda-beda. Variasi dalam lini produk terus berkembang untuk dicapai tingkat keuntungan tertentu yang tidak bergantung pada produk apapun. Variasi produk tersedia mempengaruhi preferensi pembelian konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila keinginannya terpenuhi, dengan mempertimbangkan selera konsumen yang berbeda. Semakin banyak variasi produk, semakin baik Minat konsumen untuk membeli juga tinggi. Sebaliknya, desain produk lebih sedikit Semakin rendahnya minat beli konsumen.⁸

Dalam ekonomi islam bisnis atau usaha merupakan kegiatan yang dijalankan oleh seorang yang berpedoman pada aturan syariat agama islam, dimana setiap cara mendapatkan dan mengeluarkan harta harus sesuai dengan syariat islam (halal dan haram). Dalam bisnis secara syariah, setiap individu diharuskan untuk mengingat dan menyerahkan semua hasil usaha yang telah dilakukan kepada Allah, sebagai ibadah yang dilakukan dengan ikhlas. Bisnis atau usaha dilakukan secara syariah akan membawa wirausahawan muslim pada kesejahteraan dunia dan ahirat yaitu dengan bertakwa, membuat kebaikan, ramah dan amanah.

CV. Cipta Harmoni Buah merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan. CV. Cipta Harmoni Buah didirikan pada tahun 1998 dengan tujuan memasok berbagai macam buah-buahan antara

⁷ Chayatul Jannah dan Lutfi Alhazami, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Cv. Sumber Garuda Mas,” *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi 1*, no. 2 (2022): 029–045, <https://doi.org/10.55606/jurrie.v1i2.361>.

⁸ Taruli Ester Sibarani dan Nawary Saragih, “Pengaruh Harga, Variasi Produk, Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pondok Indah Pasar Buah Tanjung Rejo Medan,” *Seminar Nasional Manajemen dan Akuntansi (SMA) 1 NO 1* (2022): 260–69.

lain apel, jeruk, pir, kelengkeng, anggur, dan pisang. Adanya harga yang terjangkau dan kualitas terbaik serta mampu bersaing dengan pasar lainnya. Persaingan yang sangat besar saat ini menjadikan CV. Cipta Harmoni Buah menjadi perhatian penting dalam menciptakan produk berkualitas dan terjangkau.

Penelitian ini peneliti mempunyai alasan mengapa peneliti memilih tempat ini untuk penelitian, karena pertama, tempat ini sangat menarik dan sudah ada sejak lama, kedua, saya menemukan beberapa kualitas produk yang kurang baik, atau tidak segar, ketiga karena pada CV. Cipta Harmoni Buah selalu ramai sehingga peneliti bisa mengetahui harga dan pelayanan yang menarik untuk dicari.

CV. Cipta Harmoni Buah merupakan toko buah yang sudah lama dan besar di Cibitung. Letak lokasinya terbilang strategis karena bersebelahan dengan pasar induk Cibitung. CV. Cipta Harmoni Buah masih di nilai kalah bersaing dengan pasar-pasar sejenisnya yang saat ini sedang naik daun seperti Berkah Buah Mandiri. Hal itu dikarenakan produk-produk yang dijual oleh toko Berkah Buah Mandiri lebih banyak dan gencarnya promosi yang dilancarkan Berkah Buah Mandiri. Selain itu toko Berkah Buah Mandiri mulai membuka cabang di beberapa pasar baru, yang mana konsumen dapat membelinya dengan jarak lebih dekat dari rumah. CV. Cipta Harmoni Buah dapat bersaing dengan dengan pasar-pasar lainnya yang saat ini sedang naik daun dan dapat memberi kepuasan maksimal kepada pelanggan, maka CV. Cipta Harmoni Buah mulai meningkatkan kemampuannya dan keunggulannya supaya dapat bersaing dan memuaskan pelanggannya demi menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan CV. Cipta Harmoni Buah.

Table 1. jumlah penjualan CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi Bulan April-September 2023

BULAN	QTY	JUMLAH NOTA	PENJUALAN
APRIL	5208	1,473,872,500	1,314,800,000
MEI	3998	1,228,710,500	1,271,580,000
JUNI	2691	901,738,000	795,000,000
JULI	2936	957,947,000	957,000,000
AGUSTUS	2805	837,721,000	775,100,000
SEPTEMBER	2779	768,068,500	716,450,000

Sumber: CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi (Data Primer Diolah)

Berdasarkan table di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan buah di CV. Cipta Harmoni Buah selama 6 bulan terakhir mengalami fluktuatif. Penjualan selama bulan April-September ini diperkirakan mengalami penurunan sekitar 10%. Sekitar 10%, dari penurunan penjualan tersebut terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya. Beberapa faktor tersebut diantaranya terdapat kualitas produk yang kurang bagus, pelayanan karyawan yang masih kurang bagus dan variasi buah, sehingga kepuasan konsumen dalam membeli buah di CV. Cipta Harmoni Buah mengalami penurunan. dengan demikian maka peneliti ingin lebih jauh lagi meneliti tentang kepuasan konsumen dalam membeli buah di CV. Cipta Harmoni Buah yang ada di Bekasi.

Penelitian ini juga di latar belakang oleh permasalahan kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi. menemui kesulitan, peneliti pun mencoba membeli dan mencicipi beberapa buah-buahan yang dijual di CV. Cipta Harmoni Buah, produk berkualitas yang disediakan oleh CV. Cipta Harmoni Buah cukup baik, namun ada beberapa produk yang secara umum kurang memuaskan seperti buah tidak segar, buah yang kurang baik, jika didalamnya hanya satu atau dua buah wajar saja. Ketika konsumen menemukan lebih dari tiga buah yang busuk maka sebagai konsumen dapat memberi masukan kepada karyawan atau pegawai disana. Dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai CV. Cipta Harmoni Buah bisa di bilang masih kurang memuaskan mulai dari kesigapan dan kemampuan para pegawai dalam menghadapi dan membantu konsumen yang kurang cepat sehingga dapat berdampak kepada pasar tersebut. Bahkan keakuratan kasir mengenai kualitas pelayanan CV.Cipta Harmoni Buah terkadang berbeda dari konsumen ke konsumen dalam hal harga setiap produk yang ditawarkan. Dari hasil pengamatan peneliti bahwa variasi produk yang dijual di CV. Cipta Harmoni Buah terbilang lengkap tetapi dengan adanya persaingan pasar maka variasi produk sendiri harus lebih banyak agar konsumen dapat memilih sesuai yang diinginkan seperti ukuran, rasa dan merek yang ada.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada CV. Cipta Harmoni Buah dan beberapa problematika di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK TERHADAP**

KEPUASAN KONSUMEN DALAM (DI CV.CIPTA HARMONI BUAH BEKASI)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti kemukakan di atas, maka permasalahan yang akan diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen pada CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi?
3. Bagaimana pengaruh Variasi Produk terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Variasi terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi?

C. Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah yang disajikan, maka tujuan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi.
3. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi.
4. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis
 - a. Menambah pengetahuan tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen dalam sebuah pasar. Dan juga dapat dijadikan sebagai bahan kajian lanjutan dalam dunia pendidikan.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian dalam mempertimbangkan pelaksanaan strategi pemasaran dalam mencapai kepuasan konsumen.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi pasar
Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan gambaran yang mendalam bagi CV. Cipta Harmoni Buah tentang faktor yang diidentifikasi terhadap kepuasan konsumen serta bagaimana hubungan variabel-variabel dalam penelitian ini sehingga CV. Cipta Harmoni Buah dapat mengambil keputusan serta menetapkan kebijakan-kebijakan yang tepat guna memaksimalkan kepuasan konsumen.
 - b. Bagi pembaca
Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai wawasan baru dan bahan masukan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi produk yang akan di keluarkan untuk mempertahankan kepuasan konsumen.
 - c. Bagi Konsumen
Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi bagi konsumen mengenai desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi produk untuk melakukan evaluasi sebelum melakukan pembelian pada CV. Cipta Harmoni Buah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini akan menjelaskan mengenai kerangka penulisan yang merupakan suatu konsep mendasar dalam pembahasan-pembahasan berikutnya.

1. Bagian Awal
Bagian awal ini berisi halaman sampul (cover), halaman nota persetujuan pembimbing, pernyataan keaslian skripsi, motto, persembahan, kata pengantar, pedoman transliterasi arab-latin abstrak, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.
2. Bagian isi
Bagian isi terdiri atas beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

- BAB I PENDAHULUAN**
Pada bab pendahuluan ini berisikan dari beberapa sub bab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.
- BAB II LANDASAN TEORI**
Pada bagian ini menguraikan beberapa sub bab. Sub bab pertama tentang teori-teori terkait dengan judul. Sub bab kedua mengenai penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta dugaan sementara dari penelitian ini. Dalam penelitian terdahulu ini penulis menemukan judul yang ada relevansinya dengan skripsi penulis.
- BAB III METODE PENELITIAN**
Pada bab metode penelitian berisikan mengenai jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.
- BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN**
Pada bab ini berisikan mengenai gambaran umum obyek penelitian, analisis data, serta pembahasan dan hasil penelitian.
- BAB V PENUTUP**
Pada bab penutupan berisikan mengenai simpulan serta saran dari penelitian yang sudah dilakukan
3. Bagian Akhir Pada bagian akhir berisikan mengenai daftar pustaka yang digunakan penulis sebagai bahan referensi dalam penelitian pada skripsi ini. Dan berisikan mengenai lampiran-lampiran yang mendukung dari penelitian.