

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Era globalisasi dan perkembangan perdagangan dunia telah menyebabkan semakin ketatnya persaingan bagi dunia usaha dalam upaya untuk menembus pasaran yang semakin luas. Persaingan yang ketat dalam perdagangan tidak saja menerpa pada satu jenis perusahaan saja, namun juga berlaku pada hampir semua jenis perusahaan. Untuk meraih posisi yang lebih baik, maka setiap perusahaan harus memperhatikan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dapat memberikan keuntungan dalam waktu yang panjang bagi perusahaan tersebut. Kemampuan meningkatkan kepuasan secara terus-menerus merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Perkembangan dunia kuliner baik yang berorientasi pada makanan, roti dan kue dewasa ini berkembang pesat. Hal ini membuat para pengusaha dalam bidang ini berlomba untuk menjadi yang terdepan dalam bidangnya, dan hal ini pula yang memacu para pengusaha kuliner untuk menetapkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya untuk menjaga kelangsungan perusahaan tersebut. Keadaan ini tampak dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan visi dan misi. Dengan adanya era globalisasi saat ini, usaha-usaha yang bergerak dalam bidang bisnis kuliner harus mempunyai cara dan ciri khas tertentu dalam melakukan sebuah jasa pelayanan untuk menjaga kepuasan pelanggan agar keinginan mereka dapat terpenuhi, yaitu dengan cara memenuhi dan mewujudkan setiap keinginan dan harapan dari pelanggan dengan berbagai macam strategi yang dimiliki oleh

perusahaan tersebut. Perusahaan yang sukses biasanya selalu mengutamakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan datang dengan sendirinya bila produk yang di jual perusahaan sesuai, dan bahkan melampaui apa yang diinginkan pelanggan.

Toko Kue Fang's Cake adalah usaha toko kue yang menawarkan dan menjual beraneka macam produk kue. Melihat banyaknya toko kue yang banyak dikunjungi dan banyaknya persaingan yang ada, maka Toko Kue Fang's Cake perlu melakukan perbaikan dan menyusun pemodelan dari variabel-variabel mana saja yang signifikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan yang memfokuskan pada bagian pemasaran melalui faktor-faktor bauran pemasaran yang dilihat dari sudut pandang pelanggan. Untuk itu dilihat dari model pengukuran secara simultan yang dimulai dari bauran pemasaran, sehingga usaha-usaha tersebut nantinya dapat semakin berkembang karena pelanggan akan semakin puas dan loyal terhadap Toko Kue Fang's Cake.

Menurut Kotler (2001), bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu, produk, harga, distribusi, promosi, dan pelayanan. Toko Kue Fang's Cake menjual produk kue dengan lengkap dan menerima pesanan sesuai dengan keinginan pelanggan hal ini didefinisikan sebagai variabel keanekaragaman produk.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah faktor harga. Penetapan harga pada Toko Kue Fang's Cake menggunakan ialah metode *cost plus pricing*. *Cost plus pricing* adalah penetapan harga dengan menambahkan sejumlah (persentase) tertentu dari harga jual atau biaya sebagai

keuntungan. Dengan penentuan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* akan menghasilkan harga jual produk per unit yang lebih baik. Dengan metode *cost plus pricing* yang digunakan Toko Kue Fang's Cake mampu meningkatkan laba yang diperoleh.

Harga pada merupakan aspek penting, namun yang terpenting adalah kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan pelanggan. Meskipun demikian elemen ini mempengaruhi pelanggan dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga suatu produk maka pelanggan mempunyai harapan yang lebih besar.

Di Toko Kue Fang's Cake terdapat kemudahan bagi pelanggan yaitu lokasi yang strategis dan untuk mendapatkan produk yang dikehendaki dengan mudah dan cepat, dengan aplikasinya berupa alat penunjuk lokasi produk maupun pembelian produk dari rumah, dianggap menarik pelanggan yang didefinisikan kemudahan mendapat produk.

Promosi sebagai komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama pelanggan sasaran mengenai keberadaan produk di pasar dengan memanfaatkan keberadaan teknologi informatika maupun brosur-brosur. Beberapa cara promosi yang dilakukan Toko Kue Fang's Cake adalah dengan menggunakan multimedia yaitu *e-mail*, *website*, *facebook*, *blackberry messenger* (BBM), dan menyebarkan brosur-bosur ke toko-toko, perusahaan atau konsumen langsung.

Konsep yang secara umum digunakan untuk menyampaikan pesan adalah apa yang disebut sebagai bauran promosi (Sutisna, 2001). Definisi tersebut sesuai

dengan pendapat Kotler (2001) bahwa promosi adalah komunikasi pemasaran dari organisasi mengenai apa yang ditawarkan dan memberi makna tentang tindakan dalam proses pemasaran yang berdampak pada benak pelanggan.

Manajemen Toko Kue Fang's Cake sudah melakukan training kerja terhadap karyawannya untuk meningkatkan kemampuan dan pelayanan yang baik. Hal ini didefinisikan sebagai variabel pelayanan.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka peneliti berusaha memodelkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pelanggan yang kemudian dilakukan pengkajian dan pembuktian.

Berdasarkan latar belakang kondisi perusahaan maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut : “Bagaimana Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Kue Fang's Cake Palembang ?”

## **B. Perumusan Masalah**

Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di Toko Kue Fang's Cake Palembang ?

## **C. Hipotesis Penelitian**

1. Ho : Bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kue Fang's Cake Palembang

2. Ha : Bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kue Fang's Cake Palembang.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di Toko Kue Fang's Cake Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Toko Kue Fang's Cake Palembang.
- 3.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Peneliti

Untuk menerapkan teori yang didapat selama kuliah dan untuk menambah pengetahuan serta pengalaman dalam melakukan penelitian khususnya dalam bidang pemasaran.

2. Perusahaan

Memberikan informasi kepada Toko Kue Fang's Cake Palembang mengenai kualitas layanan jasa terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan pelayanan pada Toko Kue Fang's Cake Palembang.

### 3. Pihak Lain

Sebagai sumber informasi dan referensi untuk menambah wawasan dan melakukan penelitian sejenisnya.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian ini adalah suatu kegiatan pengumpulan, pengolahan, penyajian dan analisis yang dilakukan dengan teknik-teknik pengumpulan data. Untuk itu metode penelitian sangat diperlukan untuk membantu mempermudah dalam memproses masalah yang ada agar dapat terarah.

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian yang bersifat studi kasus. Studi kasus adalah strategi riset yang terfokus pada pemahaman terhadap sesuatu yang dinamis dalam konteks tunggal. Studi kasus dapat melibatkan satu kasus atau lebih, dengan tingkat analisa yang berbeda-beda. Studi kasus dapat digunakan untuk memberi gambaran terhadap suatu masalah, pengujian teori atau pembentukan teori. Studi kasus lebih sering digunakan untuk menemukan ide-ide baru mengenai hubungan antar variabel. (Kuncoro, 2003)

### 2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2003: 72) populasi didefinisikan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke Toko Kue Fang's Cake Palembang.

b. Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive random sampling*. Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2002: 54) *purposive random sampling* yaitu penarikan sampel secara acak sederhana secara operasional memerlukan media yang memuat daftar seluruh pelanggan untuk dipilih sebagai sampel secara manual. Sampel yaitu pelanggan yang membeli produk Toko Kue Fang's Cake Palembang.

3. Jenis data

Data yang digunakan dalam penelitian menurut Husein Umar (1999 : 43) adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil pengisian kuesioner. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban responden dan daftar pertanyaan yang diberikan kepada pelanggan di Toko Kue Fang's Cake Palembang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data atau pihak lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sejarah singkat, aktivitas

perusahaan, dan struktur organisasi pada Toko Kue Fang's Cake Palembang.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

##### a. Penyebaran Kuesioner

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pernyataan secara tertulis dan diberikan secara langsung kepada responden.

Kuesioner disebarakan menggunakan *purposive random sampling*, yaitu dengan cara pemilihan sampel secara acak sederhana secara operasional seluruh pelanggan berkesempatan untuk dipilih sebagai sampel secara manual. Sampel yaitu pelanggan yang membeli produk Toko Kue Fang's Cake Palembang yang dijadikan sampel pada saat penelitian ini dilakukan. Kuesioner dibagikan menggunakan skala likert yang terdiri dari sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberikan bobot sebagai berikut :

- 1). Tanggapan sangat setuju diberikan bobot 5
- 2). Tanggapan setuju diberikan bobot 4
- 3). Tanggapan cukup setuju diberikan bobot 3
- 4). Tanggapan tidak setuju diberi bobot 2



5). Tanggapan sangat tidak setuju diberi bobot 1

b. Wawancara

Wawancara langsung dilakukan kepada pemilik Toko Kue Fang's Cake Palembang untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi perusahaan, gambaran umum dan sejarah singkat perusahaan, perkembangan aktivitas secara umum, dan mengenai strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Toko Kue Fang's Cake Palembang.

c. Dokumentasi

Data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan beberapa hasil dokumentasi Toko Kue Fang's Cake Palembang yaitu gambaran umum perusahaan, bagan struktur organisasi, pembagian tugas dan tanggung jawab di Toko Kue Fang's Cake Palembang.

## 5. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Untuk mengukur valid tidaknya instrumen maka dilakukan uji *pre test* terlebih dahulu yaitu dengan menyebarkan sebagian kuesioner.

Instrumen yang *valid* berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu *valid*. *Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2003:109). *Valid* atau tidaknya suatu data tergantung dari tiga hal yaitu: ketepatan pemilihan sampel, ketepatan responden dalam mengikuti petunjuk, dan keadaan responden saat mengisi kuesioner. Jika penulis menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya dengan tingkat signifikan sebesar 0,05.

#### b. Reliabilitas

Untuk menguji reliabel atau tidaknya suatu data maka akan diuji terlebih dahulu dengan menyebarkan sebagian kuesioner kepada responden. Uji reliabilitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur berkali-kali sehingga data yang dihasilkan sama (konsisten) (Sugiyono, 2003:112).

Menurut Uma (2002:113), *reliabilitas* adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama.

### 6. Teknik Analisis Data

#### a. Teknik Analisis Kuantitatif

Teknik analisis kuantitatif merupakan teknik analisis data berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Skala pengukuran yang

digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2003), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena.

Teknik analisis juga menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dimana data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 11.5, dimana rumus statistik yang digunakan adalah *Linier Multiple Regression* (Analisis Regresi Linier Berganda), dimana rumus fungsinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Fungsi tersebut menerangkan hubungan antara dua variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dimana:

Y : Kepuasan pelanggan

a : Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub>, b<sub>5</sub> : koefisien

X<sub>1</sub> : Produk

X<sub>2</sub> : Harga

X<sub>3</sub> : Distribusi

X<sub>4</sub> : Promosi

X<sub>5</sub> : Pelayanan

Jika pengaruh variabel memiliki signifikan 0,05 hal ini menunjukkan pengaruh yang kuat.

#### b. Teknik Analisis Kualitatif

Teknik analisis kualitatif yaitu suatu teknik yang menggunakan

pendekatan teoritis dengan cara menganalisis permasalahan yang terjadi dari hasil jawaban responden yang dipersentasikan, dan secara deskriptif dikaitkan dengan teori-teori manajemen pemasaran.

Dari kuesioner yang telah kembali akan diolah dengan cara menyusun jawaban kuesioner dalam bentuk tabulasi dan dihitung dengan menggunakan rasio persentase, yaitu persentase terbesar yang mewakili suatu kesimpulan atas permasalahan yang dicari. Dan untuk mengolah data tersebut digunakan alat bantu program aplikasi *Statistical Package for Social Source* (SPSS) versi 11,5 *for Windows* yang berupa tabel frekuensi untuk menunjukkan hasil jawaban dalam bentuk frekuensi.

#### 7. Definisi Operasional Variabel

- a. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya. Variabel bebas dalam penelitian ini (X) yaitu Faktor-faktor dimensi bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi dan pelayanan)
- b. Variabel Dependen atau sering disebut variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya (Y) yaitu kepuasan pelanggan pada Toko Fang's Cake Palembang.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan skripsi ini sesuai dengan sistematika penulisan yang telah ditetapkan yaitu sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan dikemukakan latar belakang masalah, perumusan masalah, hipotesis penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan diuraikan teori-teori yang dapat menunjang pelaksanaan penelitian. Teori-teori tersebut akan menjelaskan konsep pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini sehingga pembaca dapat memahami konsep penelitian ini.

## **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum keadaan perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan, aktivitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, pembagian tugas dan tanggung jawab serta perkembangan Toko Kue Fang's Cake Palembang.

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dianalisis permasalahan yang diteliti. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif dan teknik analisis kualitatif, dimana ukuran skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert.

Skala likert digunakan untuk menentukan hasil kemungkinan jawaban responden dari kuesioner yang disebarkan. Selanjutnya hasil jawaban responden dipersentasekan, dan dianalisis dengan mengaitkan teori-teori yang ada, sehingga dapat dicari jalan pemecahan dari

permasalahan yang dihadapi.

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini akan ditarik simpulan atas masalah yang dibahas pada bab sebelumnya dan memberikan saran-saran yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Toko Kue Fang's Cake Palembang.