

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dunia bisnis yang bergerak dibidang jual beli barang sembako merupakan suatu jenis usaha yang memiliki tingkat kemajuan usaha yang tinggi, sembako merupakan bahan pokok yang pastinya akan diperlukan oleh banyak orang sehingga usaha tersebut memiliki tingkat kemajuan yang besar. Pada saat sekarang ini jenis usaha yang bergerak dibidang jual beli sembako sangat banyak di jumpai, namun perkembangan zaman membuat jenis usaha ini pun harus mampu bersaing dengan supermarket yang juga menyediakan bahan-bahan sembako dengan lengkap.

Didalam menghadapi tingginya tingkat persaingan didalam dunia bisnis, para pelaku usaha harus mampu memahami hal-hal apa saja yang dapat menjadi faktor kemajuan suatu usaha. Kemajuan suatu usaha sangat bergantung dari bagaimana tingkat kepuasan seorang konsumen. Konsumen dengan tingkat kepuasan yang baik akan memberikan pengaruh yang baik pula terhadap kemajuan suatu usaha, kepuasan konsumen merupakan perasaan yang didapatkan seorang konsumen setelah memperoleh suatu barang atau jasa, kepuasan konsumen juga dapat menjadi gambaran seberapa baik suatu produk.

PT. Tasik Raja adalah PT yang beralamat di desa bukit tujuh kecamatan Torgamba kabupaten Labuhanbatu selatan, letak PT. yang cukup jauh dari jalan lintas Cikampak membuat PT Tasik Raja menyiapkan suatu koperasi yang menyediakan berbagai macam sembako, koperasi tersebut bertujuan untuk

membantu para karyawan dan masyarakat yang tinggal di daerah sekitar, dimana untuk mendapatkan akses pembelian sembako harus menempuh jarak yang cukup jauh.

Koperasi konsumen merupakan jenis koperasi yang diperuntukkan bagi konsumen barang dan jasa. Biasanya koperasi ini menjual berbagai kebutuhan harian seperti bahan sembako, kelontong bahkan alat tulis sehingga koperasi ini tampak seperti toko pada umumnya. Koperasi pada PT. Tasik Raja dikelola untuk mempermudah kegiatan harian para karyawan dikarenakan sistem pembayaran yang dilakukan pun sebulan sekali sesuai dengan tanggal gaji para karyawan, hal ini tentu saja sangat membantu para karyawan yang berdomisi di area pabrik.

Didalam upaya peningkatan usaha koperasi PT. Tasik Raja, memperhatikan bagaimana tingkat kepuasan konsumen menjadi suatu hal yang sangat penting untuk menjadi perhatian. Sebagai satu-satunya usaha yang tersedia dan mudah untuk dijangkau bukan menjadi alasan koperasi PT. Tasik Raja tidak memperhatikan bagaimana tingkat kepuasan para konsumen yang berbelanja pada koperasi Tasik Raja. Kepuasan konsumen akan memberikan dampak positif terhadap kemajuan suatu usaha termasuk koperasi PT. Tasik Raja.

Fenomena mengenai kepuasan konsumen pada usaha koperasi PT. Tasik Raja adalah tidak seluruh konsumen memberikan penilaian bahwa mendapatkan kepuasan yang maksimal, hal ini terlihat pada saat observasi terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa ketidaklengkapan barang-barang pada koperasi PT. Tasik Raja menjadi salah satu alasan konsumen tidak merasakan kepuasan yang maksimal. Hal lain yang terlihat adalah variasi produk yang tersedia tidak

banyak sehingga mengakibatkan konsumen hanya mendapatkan produk dengan satu variasi dalam setiap jenis produk.

Peneliti menilai bahwa terdapat beberapa hal yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada koperasi PT. Tasik Raja yaitu dengan meningkatkan kedekatan emosional dengan para konsumen yang selalu berbelanja di koperasi tersebut, memanfaatkan letak lokasi yang terdapat di dekat perumahan karyawan PT. Tasik Raja, kemudian senantiasa menjaga persepsi konsumen agar senantiasa memiliki persepsi yang positif terhadap koperasi PT. Tasik Raja.

Kedekatan emosional merupakan kedekatan yang terjalin antara pelaku usaha dengan konsumen, kedekatan emosional dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pelaku usaha yang menjalin kedekatan dan hubungan baik dengan konsumen akan senantiasa mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Peneliti melihat bahwa tingkat kedekatan konsumen dengan pelaku usaha tidak sepenuhnya baik, hal ini terlihat bahwa tidak seluruh konsumen memiliki kedekatan secara personal oleh pelaku usaha, terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa pelaku usaha hanya memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen yang hanya memiliki kedekatan, hal ini tentu saja memperlihatkan bahwa terdapat permasalahan mengenai kedekatan emosional, misalnya terdapat pelaku usaha yang tidak ramah kepada konsumen.

Lokasi juga tempat dimana suatu usaha berdiri, lokasi usaha juga dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen, lokasi yang strategi akan membuat konsumen menjadi lebih nyaman ketika berbelanja. Peneliti melihat bahwa permasalahan pada koperasi PT. Tasik Raja adalah lokasi jauh untuk beberapa

divisi pabrik sehingga untuk berbelanja memerlukan waktu tempuh yang lumayan jauh. Sebagai usaha yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan untuk karyawan, lokasi yang kurang strategi mengakibatkan beberapa konsumen tidak merasa puas ketika berbelanja.

Persepsi konsumen juga merupakan suatu hal yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen, konsumen dengan persepsi yang baik menggambarkan bahwa kepuasan konsumen juga meningkat dengan baik. Semakin baik persepsi yang ditimbulkan oleh konsumen maka akan mempengaruhi penilaian konsumen yang lainnya terhadap suatu usaha, peneliti menilai bahwa tidak seluruh konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap koperasi PT. Tasik Raja, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang memberikan keluhan terhadap produk pada koperasi PT. Tasik Raja seperti harga produk yang ditawarkan lebih mahal dari pada seharusnya, hal ini tentu saja menunjukkan bahwa tidak seluruh persepsi konsumen baik.

Kelengkapan produk yang tersedia juga akan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, konsumen yang mendapatkan seluruh keinginannya akan memperoleh kepuasan yang lebih tinggi. Peneliti melihat bahwa kelengkapan produk pada koperasi PT. Tasik Raja masih belum maksimal, tidak seluruh barang kebutuhan tersedia, sehingga masih ada konsumen yang datang dan tidak mendapatkan produk yang sedang di cari. Hal ini tentu saja memperlihatkan bahwa tingkat kelengkapan produk masih belum baik.

Kepuasan konsumen adalah suatu hal yang berhubungan dengan perasaan konsumen itu sendiri, oleh karena itu pelaku usaha harus mampu memperhatikan

dengan baik faktor apa saja yang akan meningkatkan kepuasan seorang konsumen. Dengan memahami tingkat kepuasan konsumen, akan membuat keberlangsungan usaha pun akan berjalan dengan lebih baik.

Dari penjabaran diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KEDEKATAN EMOSIONAL, LOKASI, PERSEPSI KONSUMEN DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOPERASI KARYAWAN PT. TASIK RAJA”.

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka untuk menghindari pembahasan yang meluas serta lebih terarahnya penulisan ini maka penulis membahas tentang : PENGARUH KEDEKATAN EMOSIONAL, LOKASI, PERSEPSI KONSUMEN DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOPERASI KARYAWAN PT. TASIK RAJA.

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kedekatan emosional secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja?

3. Apakah terdapat pengaruh persepsi konsumen secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja?
4. Apakah terdapat pengaruh kelengkapan produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja?
5. Apakah terdapat pengaruh kedekatan emosional, lokasi, persepsi konsumen dan kelengkapan produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh kedekatan emosional secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja .
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi konsumen secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja .
4. Untuk menganalisis pengaruh kelengkapan produk secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja .
5. Untuk menganalisis pengaruh kedekatan emosional, lokasi, persepsi konsumen dan kelengkapan produk secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja .

#### **D. Manfaat Penelitian**

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

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan penulis tentang Ekonomi Pemasaran, khususnya mengenai “Pengaruh Kedekatan Emosional, Lokasi, Persepsi Konsumen dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Koperasi Karyawan PT. Tasik Raja”.

b. Bagi Koperasi Karyawan PT. Tasik Raja

Sebagai bahan masukan kepada Koperasi Karyawan PT. Tasik Raja mengenai variabel yang diteliti khususnya bagaimana peningkatan kepuasan konsumen sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi pengambilan kebijakan, dan meningkatkan kegiatan didalamnya.

c. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi dan wacana yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

d. Bagi Universitas Labuhanbatu

Penelitian ini diharapkan menambah referensi bacaan mengenai Ekonomi Pemasaran yang dapat berguna bagi ilmu pengetahuan tentang kedekatan emosional, lokasi, persepsi konsumen serta kelengkapan produk.