

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam sebuah bisnis untuk tetap bertahan dan terus berkembang dan meraih kesuksesan. Kepuasan adalah perasaan senang yang dirasakan konsumen karena mendapatkan suatu produk atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Menurut Kotler dalam (Kurniawan & Soliha, 2022) Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas suatu produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya, hal ini ditunjukkan konsumen setelah terjadinya proses pembelian.

Jika pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang. Sebaliknya dengan pelanggan yang tidak puas, mereka akan memilih untuk mencari informasi produk atau jasa lain yang sejenis yang dibutuhkan. Akibat ketidakpuasan pelanggan berpengaruh terhadap jumlah pelanggan yang datang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah promosi digital atau disebut digital marketing. Promosi digital yaitu suatu konsep pemasaran yang sedang trending di saat ini, dengan menggunakan jaringan internet dan semua platform sosial media yang ada dan sudah umum diterapkan dalam banyak model bisnis untuk media promosi produk (Dewi & Prabowo, 2018). Karena ruang lingkup penerapan konsep pemasaran ini yang sangat fleksibel, tingkat kepuasan dari setiap produk atau jasa yang disebar-luaskan melalui setiap platform online dapat lebih mudah untuk ditingkatkan dan

dipertahankan oleh setiap pemilik dan tim pemasaran satu Perusahaan. Fenomena yang terjadi dilokasi penelitian terkait promosi digital adalah promosi digital yang dilakukan pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan masih kurang efektif. Terlihat dari akun media social yang jarang aktif. Sehingga sebagian pelanggan tidak mengetahui jika terdapat promosi digital yang dilakukan oleh pihak toko. Penelitian yang dilakukan oleh (Kennis & Octavia, 2024) yang berjudul Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt Bank Pembangunan Daerah Jambi Kcp Pelayung. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa digital marketing memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan, digital marketing memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Selain promosi digital salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah keragaman produk. Keberagaman produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel. Adanya keberagaman produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan adalah bagaimana membuat berbagai keputusan tentang bauran produk yang dihasilkan pada saat ini maupun untuk masamendatang. Fenomana yang terdapat dilokasi penelitian terhadap keragaman produk yaitu keragaman produk yang tersedia di CK Ponsel Empat Selatan cukup banyak. Namun tidak terlalu lengkap. Sehingga sebagian konsumen merasa kurang puas terhadap keragaman produk yang tersedia. Penelitian yang dilakukan oleh (Crismon & Andy, 2022) yang berjudul Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap

Kepuasan Konsumen pada Roti Viva Bakery, Total Persada – Tangerang. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kepercayaan konsumen juga merupakan salah satu yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepercayaan konsumen adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan bergantung kepada sejumlah faktor internal dan antar organisasi seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran, dan kebaikan. Fenomena kepercayaan konsumen di lokasi penelitian adalah kepercayaan konsumen di CK Ponsel Empat Rantau Selatan telah terbentuk dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara salah satu pelanggan dijumpai bahwasannya kualitas produk yang dijual sudah terjamin kualitasnya namun terkadang ia tidak mendapatkan pelayanan yang kurang optimal. Contoh Ketika pelanggan minta penjelasan tentang spesifikasi produk.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah servicescape. Menurut Lupiyoadi dalam (Achadi et al., 2021), kepuasan konsumen dapat dibangun melalui servicescape, yang mana lingkungan tempat penyampaian jasa tersebut berada memiliki peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat atau mengurangi kepuasan pelanggan. Servicescape disini memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen, karena konsep servicescape ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen sehingga konsumen merasa puas.

Fenomena servicescape berupa papan nama CK Ponsel Empat yang kurang menarik, yang terpasang dilantai satu dan terlalu kecil dan warna yang diberikan

agak sedikit gelap, sehingga sering membuat calon pelanggan baru kesulitan menemukan lokasi CK Ponsel Empat. Tidak ada petunjuk tambahan lainnya untuk mempermudah calon pelanggan menuju kesana. Penelitian yang dilakukan oleh (Dimas Pratama, 2023) yang Berjudul Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Fitcore Gym Tanjungpinang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa servicescape berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Fitcore Gym Tanjungpinang.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh promosi digital, keragaman produk kepercayaan konsumen dan servicescape terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan.

B. Batasan Dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian agar dalam penelitian yang dilakukan fokus pada pokok suatu permasalahan yang ada serta pembahasannya maka diharapkan isi dan tujuan penelitian sesuai dengan pokok pembahasan. Penelitian yang dilakukan pada bagaimana pengaruh promosi digital, keberagaman produk, kepercayaan konsumen, servicescape dan kepuasan konsumen.

2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang di bahas penulis adalah sebagai berikut:

- a. Apakah promosi digital berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan?

- b. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan?
- c. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan?
- d. Apakah servicescape berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan?
- e. Apakah promosi digital, keragaman produk, kepercayaan konsumen dan servicescape secara Bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi digital terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan.
- d. Untuk mengetahui pengaruh servicescape terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan.
- e. Untuk mengetahui pengaruh promosi digital, keragaman produk, kepercayaan konsumen dan servicescape secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada CK Ponsel Empat Rantau Selatan.

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi penulis dengan meningkatkan pemahaman tentang faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Bagi Universitas Labuhanbatu

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi Universitas Labuhanbatu dengan menambah referensi dalam literatur akademik di bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Penelitian Lain

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti lainnya dengan menjadi referensi yang berguna untuk studi lebih lanjut tentang manajemen pemasaran.