

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya sebagai arus perubahan global yang mendorong transformasi pada seluruh aspek perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan yang semakin meningkat. Dewasa ini telah banyak bermunculan merek sepatu kets di dalam maupun luar negeri salah satunya sepatu kets merek adidas, seperti merek sepatu kets adidas di Distro Jalanan (DJ) Morowudi Gresik .

Produk sepatu kets adidas saat ini telah membawah manfaat bagi konsumen maupun pelanggan, karena akan lebih banyak pilihan model menurut selera. Disisi lain dapat menimbulkan ancaman bagi produsen sepatu kets lain. karena akan menghadapi persaingan dalam merebutkan jumlah konsumen/pelanggan yang ada terhadap persaingan produk sepatu kets, terutama persaingan untuk promosi, kualitas produk dan kualitas layanan dianggap mampu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler & Keller (2012:76) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang di hasilkan dari membandingkan kinerja produk yang di rasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan sangat puas dan senang. Hasil dari penelitian Lenzun dkk (2014) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fenomena ketidakpuasan pelanggan, dapat timbul karena adanya proses evaluasi terhadap kualitas produk, kualitas layanan maupun model sepatu yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Kepuasan pelanggan mengukur seberapa dekat harapan pelanggan atas kualitas produk maupun kualitas layanan. Jika kualitas produk dan kualitas layanan lebih buruk dari harapan, konsumen akan mengalami ketidakpuasan pelanggan.

Sebelum membeli sepatu kets adidas konsumen terlebih dahulu akan melakukan beberapa alternatif seperti melakukan berbagai macam pengecekan. Oleh sebab itu alternatif yang dilakukan pebisnis sepatu harus melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pasar yang sudah ada. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelanggan pada suatu produk, salah satunya yaitu promosi (*promotion*). Dengan adanya promosi ini maka dapat menarik perhatian masyarakat untuk menjadi pelanggannya. Apalagi saat ini sepatu kets adidas mengalami persaingan yang sangat ketat dengan merek sepatu kets lainnya.

Menurut Widodo (2012:8) dalam Mohamad Rifai *Promotion* adalah salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan konsumen. Atau kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, juga meningkat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. Promosi juga dapat dikatakan mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

Hasil penelitian Mohamad Rifai (2017) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Assauri (2014:265) *Promotion* adalah suatu usaha perusahaan untuk mempengaruhi dan merayu calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran. Untuk itu perusahaan harus memiliki strategi promosi yang tepat untuk dapat bersaing. Hasil penelitian Christian dan Mananeke (2016) bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fenomena ketidakpuasan pelanggan terhadap promosi, karena promosi tidak dilakukan melalui periklanan, tetapi promosi dilakukan secara langsung kepada setiap pelanggan yang datang ke distro. Maka pelanggan banyak yang tidak mengetahui adanya promosi tersebut, jika konsumen tidak langsung datang ke distro. Oleh sebab itu akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dengan adanya promosi yang telah diberikan distro kepada pelanggan.

Selain promosi Pada umumnya konsumen juga dapat merasakan kepuasan dalam pembelian sepatu kets adidas tersebut. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap sepatu kets adidas seperti kualitas produk. Karena sepatu kets adidas sudah dikenal atas dasar pertimbangan kenyamanan, keamanan, karena sepatu kets adidas termasuk sepatu yang dapat diandalkan oleh konsumen.

Menurut Kotler & Armstrong (2012:283) kualitas produk (*Product Quality*) adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Tjiptono dalam jurnal (2014) berpendapat kualitas merupakan

perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Hasil penelitian Lenzun dkk, (2014) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fenomena ketidakpuasan kualitas produk, pelanggan pasti akan meneliti kualitas bahan sepatu kets adidas yang ada di distro jika bahan sepatu tidak bagus maka konsumen akan merasa tidak puas, selain itu pelanggan juga merasakan kenyamanan saat mencoba produk sepatu kets adidas tersebut. Jika pemakain sepatu terasa tidak nyaman sesuai dengan keinginan, maka akan timbul rasa ketidakpuasan pelanggan. Oleh sebab itu pelanggan saat ini dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih distro sepatu yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Pelanggan juga tidak sekedar membeli produk sepatu kets namun sekaligus membeli pelayanan yang menyertainya. Pada umumnya pelanggan akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan penuh perhatian dan dipandang penting sehingga akan timbul kepuasan dalam membeli produk dan menjadi loyal pada distro tersebut.

Menurut Tjiptono dalam jurnal Christian dan Mananeke (2016) Kualitas Pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, pelayanan dalam hal ini diartikan jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Kualitas yang diberikan perusahaan

merupakan suatu ukuran keberhasilan dari perusahaan itu sendiri. Hasil penelitian Christian dan Mananeke (2016) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fenomena ketidakpuasan pelanggan pada kualitas pelayanan, karena layanan di anggap penting bagi pelanggan, jika layanan tidak baik maka pelanggan akan sangat kecewa, salah satu contoh layanan seperti keramahatan yang di tunjukan melalui sikap dan sifat kurang baik, oleh karena itu akan timbul rasa ketidakpuasan pelanggan dalam membeli suatu produk.

Selain itu pelanggan juga akan merasa puas dengan adanya promosi, kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang telah di berikan distro kepada pelanggan. Dengan adanya pelanggan merasa puas maka akan memberikan citra yang baik bagi distro itu sendiri. Kepuasan pelanggan terhadap distro tidak lepas dari jenis promosi yang digunakan dan kualitas produk yang bagus, serta kualitas pelayanan yang di berikan oleh distro itu sendiri kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada distromorowudi gresik dengan judul **“Pengaruh Promotion, Product Quality dan kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sepatu kets adidas di Distro Jalanan(DJ) Morowudi - Gresik”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka pokok masalah yang akan di bahas dalam penelitian adalah :

1. Apakah *Promotion* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sepatu kets adidas di distro jalanan(DJ)Morowudi - Gresik?
2. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sepatu kets adidas didistro jalanan(DJ) Morowudi - Gresik?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sepatu kets adidas di distroJalanan (DJ)Morowudi - Gresik?
4. Apakah *Promotion,Product Quality* dan Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sepatu kets adidas didistro jalanan(DJ) Morowudi - Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Promotion* terhadap kepuasan pelanggan sepatu kets di distro jalanan(DJ)Morowudi - Gresik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Product Quality* terhadap kepuasan pelanggan sepatu kets didistro jalanan(DJ) Morowudi - Gresik.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sepatu kets didistro jalanan(DJ) Morowudi - Gresik.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Promotion, Product Quality* dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sepatu kets di distro jalanan(DJ)Morowudi - Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan dapat diperoleh adalah:

1. Manfaat Teoritis:

Hasil dari peneliti ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemahaman bagi wirausahawan tentang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan teori promotion, product quality, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis:

a. Bagi Distro Jalanan (DJ)

Sebagai bahan masukan bagi distro dalam menyusun strategi pemasaran sehingga distro dapat meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan agar lebih berkembang dalam menghadapi persaingan antar perusahaan sejenis.

b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang mencetak calon sarjana, bahwa penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa juga sebagai salah satu bentuk kepedulian dan keikutsertaan untuk membantu dan mendorong dunia pemasaran dalam era globalisasi yang semakin kompetitif dewasa ini.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai saran aktualisasi diri, menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat memecahkan masalah yang ada dalam pemasaran dengan berpedoman pada teori yang diterima di bangku kuliah.

- d. Bagi pihak lain
Sebagai bahan pertimbangan atau menambah wawasan terutama untuk berminat melakukan penelitian yang berkaitan dengan materi penelitian