

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sidoarjo merupakan bagian dari Provinsi Jawa Timur yang saat ini sedang mengalami perkembangan dalam perubahan dalam bisnis modern di dunia industri dekorasi pernikahan. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang semakin berkembang.

Pengaruh dari perkembangan yaitu banyak sekali bermunculan produk jasa dekorasi yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk jasa dekorasi.

Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk jasa dekorasi yang ditawarkan oleh produsen.

Sebuah perusahaan di bidang pemasaran dekorasi pernikahan tentunya tidak lepas dari adanya faktor produk, faktor kualitas pelayanan dan faktor harga untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Untuk itu perusahaan harus senantiasa memperhatikan tiga faktor tersebut, tujuannya untuk mengimbangi perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti di *Raisya Decoration*, pada tanggal 16 oktober 2020 sampai 18 oktober 2020, peneliti melakukan observasi dan wawancara di acara *Talkshow* di *new normal wedding*" pameran *wedding* sebenarnya" di stand pameran *Raisya Decoration* Sidoarjo kepada konsumen yang telah menyewa jasa dekorasi pernikahan di *Raisya Decoration*,

rata-rata konsumen memberi tanggapan terhadap produk Raisya *Decoration*, mereka memberi tanggapan melalui perbincangan tersebut mereka menyatakan bahwa: Menurut mereka sebagai konsumen setia Raisya *Decoration* merasa senang dengan banyaknya jenis-jenis inovasi produk Raisya *Decoration*.

Dari banyaknya inovasi produk tema konsep pernikahan di Raisya *Decoration* membuat konsumen merasa puas menyewa jasa dekorasi pernikahan di Raisya *Decoration*.

Jika inovasi produk sebuah perusahaan baik dan dapat memuaskan konsumen, maka konsumen akan menjadi loyal terhadap perusahaan sehingga tingkat pembelian meningkat dan merupakan strategi untuk jangka panjang. Dari fenomena tersebut yang terjadi di tempat penelitian maka peneliti menggunakan variabel inovasi produk.

Dan yang kedua selain inovasi produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, menurut konsumen Raisya *Decoration* memberi tanggapan melalui perbincangan tersebut mereka menyatakan bahwa: pelayanan Raisya *Decoration* kepada konsumen sangat baik karena beliau langsung turun kelapangan untuk bekerja sama dengan timnya untuk pemasangan dekorasi pernikahan dan respon Raisya *Decoration* terhadap konsumen sangat cepat, beliau langsung mengirimkan contoh foto dekorasi pernikahan melalui sosial media dan kepada konsumen. Dan pemilik usaha Raisya *Decoration* mempunyai sifat yang ramah dan mampu berkomunikasi dengan baik terhadap konsumennya. Dari fenomena tersebut di

tempat penelitian maka peneliti menggunakan variabel kualitas pelayanan.

Dan yang ketiga selain kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen Raisya *Decoration* memberi tanggapan Melalui perbincangan tersebut mereka menyatakan bahwa: dari konsumen yang sudah menyewa jasa dekorasi pernikahan di Raisya *Decoration* terhadap harga produk Raisya *Decoration* konsumen memberi tanggapan pernah bandingkan harga dengan perusahaan yang lain, ada beberapa produk yang sama dalam model dan bentuk tetapi harganya lebih terjangkau di Raisya *Decoration*. Karena didalam pakatnya sudah mencakup semua peralatan dan persiapan yang dibutuhkan untuk pesta pernikahan, jadi konsumen tidak perlu mencari jasa lainnya.

Paket pernikahan yang sudah ditentukan oleh pemilik usaha Raisya *Decoration* sudah sesuai dengan kemampuan konsumennya.

Dan menurut pemilik usaha Raisya *Decoration* meskipun harganya murah kualitas produk yang baik dan banyaknya jenis-jenis produk dari inovasi produk Raisya *Decoration* membuatkonsumen merasa puas dan kembali untuk menyewa jasa dekorasi Raisya *Decoration* dengan harga paket di Raisya *Decoration*.

Pemilik usahajuga mengatakan bahwa dari banyaknya konsep tema dekorasi mereka membuat sendiri. Dan pemilik usaha juga merenovasi dekorasi lama menjadi dekorasi dengan model baru yang bercampur dengan model dekorasi lama. Dan membuat dekorasi terbaru yang belum dimiliki oleh dekorasi perusahaan

lainnya. Dari fenomena tersebut di tempat penelitian maka peneliti menggunakan variabel harga.

Dekorasi pernikahan adalah sebuah hal penting yang dimana memiliki arti keindahan dalam sebuah dekorasi pernikahan yang unik dan banyak inovasi dekorasi pernikahan modern.

Pada awalnya dekorasi pernikahan hanya membuat produk desain dekorasi pernikahan adat tradisional, namun seiringnya berjalannya waktu dekorasi pernikahan menjadi berkembang dan selalu diminati banyak konsumen dengan model terbaru.

Saat ini, konsumen selalu memiliki harapan yang sangat besar terhadap sebuah produk yang mereka beli atau gunakan, baik produk tersebut berupa barang maupun jasa. Sehingga para pelaku usaha dituntut untuk berinovasi dan menciptakan produk dengan kualitas unggul, agar mampu memberikan kepuasan konsumen. Dari fenomena tersebut di tempat penelitian maka peneliti menggunakan variabel kepuasan konsumen.

Berkembangnya dunia dekorasi pernikahan dikalangan remaja dan dewasa saat ini mengalami perubahan dari zaman dulu dan zaman modern sekarang dari segi model dan bentuk. Dari waktu ke waktu dunia dekorasi pernikahan terus mengalami perubahan seiring dengan gaya hidup masyarakat.

Hal ini juga dipengaruhi oleh perkembangan dunia dekorasi pernikahan yaitu media online yang selalu memberikan informasi mengenai dekorasi pernikahan dan trend dekorasi pernikahan dan dunia entertainment yang mudah diikuti.

Khususnya di Sidoarjo industri sewa dekorasi pernikahan mulai menjadi pilihan alternatif salah satunya yaitu Raisya *Decoration*. Dari hari ke hari semakin banyak perusahaan industri jasa sewa dekorasi pernikahan di Sidoarjo yang menyewakan produk dekorasi sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang mengakibatkan perusahaan harus menyediakan beragam jenis produk, khususnya pada jasa sewa dekorasi pernikahan.

Tetapi bagi produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk jasa dekorasi yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis.

Persaingan yang semakin ketat ini menurut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar.

Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki inovasi produk dan strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang jasa momen sakral yang dimana juga membuat sebuah memperindah atau mempercantik keadaan atau suasana dalam pernikahan tersebut sehingga menjadikan sebuah kebanggaan jika memang memiliki dekorasi yang sangat mewah dalam acara pernikahan.

Dari kesimpulan tersebut maka dibentuklah beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu inovasi produk, kualitas pelayanan, dan harga.

Menurut (Fontana 2011:142) mendefinisikan inovasi produk adalah merupakan perubahan dalam bungkus

produk, ukuran produk atau model produk dan warna produk.

Dari definisi ini dapat dinyatakan bahwa perusahaan dituntut untuk melakukan inovasi produk yang lebih menekankan pada perubahan produk secara keseluruhan terkait dengan produk tersebut. Dengan adanya inovasi produk merupakan salah satu faktor penting dalam kesuksesan suatu perusahaan melalui produk inovatif yang mereka ciptakan guna memuaskan pelanggan. Sebab, kunci keberhasilan produk adalah produk mampu beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi.

Menurut (Tjiptono 2017:51) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Harga produk maupun jasa merupakan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen untuk melakukan kepuasan pelanggan. Hal ini diungkapkan (Alma 2016:169) menjelaskan bahwa harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Memuaskan keinginan pelanggan sendiri merupakan hal yang sulit, hal ini disebabkan karena semakin kritisnya tingkat kesadaran pelanggan akan hak untuk memperoleh fasilitas dan pelayanan sebaik-baiknya, mengingat pelanggan yang merasa puas diharapkan akan berkunjung kembali, bahkan memberitahukan kepada orang lain sehingga dapat menempatkan pesaing di urutan paling rendah atau sebaliknya.

Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang

diharapkan serta terpenuhi secara baik, (Tjiptono 2017:146).

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “ **Pengaruh Inovasi produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Raisya *Decoration* di sidoarjo**”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada yaitu:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Raisya *Decoration* di Sidoarjo?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Raisya *Decoration* di Sidoarjo?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Raisya *Decoration* di Sidoarjo?
4. Apakah inovasi produk, kualitas pelayanan dan harga, berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Raisya *Decoration* di Sidoarjo?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Raisya *Decoration* di Sidoarjo?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Raisya *Decoration* di Sidoarjo?

3. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Raisya *Decoration* di Sidoarjo?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis inovasi produk, kualitas pelayanan dan harga, berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Raisya *Decoration* di Sidoarjo?

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan seperti:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai inovasi produk, kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen.

Dan penelitian ini bisa dijadikan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan jenis usaha ini dalam inovasi produk dan kualitas pelayanan dan harga. Dengan begitu bisa memberikan kepuasan konsumen dengan sangat baik.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **1. Bagi Peneliti**

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang di peroleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambahkan pengetahuan secara praktis dan wawasan yang lebih luas mengenai masalah - masalah yang dihadapi oleh perusahaan khususnya mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Raisya *Decoration* di Sidoarjo. Dan sebagai bahan referensi



bagi peneliti lain yang berminat meneliti permasalahan yang terkait.

2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan bahan referensi dalam bidang yang sama.

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan salah satu dasar pertimbangan menilai dalam inovasi produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di *Raisya Decoration* di Sidoarjo.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bermanfaat sebagai sarana informasi tentang inovasi produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di *Raisya Decoration* di Sidoarjo.

**HALAMAN KOSONG**