BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, gaya hidup masyarakat semakin serba instan dikarena mayoritas memiliki mobilitas yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga masyarakat sering kali mencari sesuatu yang praktis dan serba instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat.Semakin mudah, menarik, dan menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen, maka keuntungan bagi saishop semakin besar.Oleh karena itu, sistem penjualan suatu perusahaan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan saishop system penjualan tidak terlepas dari perkembangan teknologi.

Salah satu perkembangan sosial media dari instagram dan whatsapp sangat dimaksimalkan potensinya bisa kita lihat dari segi bisnis, di mana perkembangan sistem jual beli online tersebut pun sudah sangat pesat terjadi di Indonesia secara khusus, Dan semakin banyaknya pengusaha bisnis online di haruskan untuk lebih memahami karakteristik dari target konsumen dan lebih kreatif dalam segi penjualan dan pelayanan untuk memberikan kualitas produk yang terbaik, supaya konsumen SAISHOP tersebut merasa puas dengan hasil yang didapatkan dan sesuai dengan apa yang konsumen inginkan, karena tidak sedikit konsumen yang mengeluh akibat kualitas pelayanan, seperti empati dan komunikasi yang kurang baik kepada konsumen, ekspresi wajah yang bisa di katakana kurang memberikan senyuman kepada konsumen.

Untuk harga banyak yang dicari dan di pertimbangkan lagi dengan toko-toko lain maka dari itu SAISHOP memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk untuk mengetahui produk tersebut pantas di jual dengan harga yang sesuai, para konsumen pun pastih ingin membanding-bandingkan terlebih dahulu masalah harga, dan pastinya konsumen mencari-cari potongan harga yang sesuai dengan kebutuhan apalagi sangat tertarik dengan promosi yang di tawarkan.

Produk yang dikeluarkan yaitu pakaian wanita,celana wanita yang terutama menggikuti jaman sekarang ini, dan untuk perkembangan ini sangat pesat dikalangan milenial dan salah satu jadi sorotan ibu-ibu yang ingin merubah tampilannya yang menjadi *style*.

Di zaman sekarang ini banyak berbagai model baju yang sangat menarik dan merubah *style* konsumen menjadi lebih bagus, bergaya, dan terlihat feminim.Makadari SAISHOP ini mengeluarkan model-model yang sangat terupdate setiap harinya.

Untuk melakukan pengukuran kualitas pelayanan, menurut Parasuraman (Tjiptono,2012:26) dapat digunakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Pengukuran ini dikenal sebagai *service quality* model.Pelayanan menekankan pada aspek kepuasan konsumen sehingga dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas kepada perusahaan yang telah memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

(Tjiptono, 2012:157) Kualitas pelayanan yaitu sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.Kualitas pelayanan yaitu bebepara jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingkan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspetasi pelanggan.Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Di SAISHOP ini menggutamakan kualitas pelayanan agar reseller dan konsumen sangat nyaman untuk berbelanja.Dan ini salah satu utama agar pelanggan tetap setia pada barang-barang yang SAISHOP keluarkan, dan pelayanan yang diberikan harus ramah dan sopan.

Harga juga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembeliaan konsumen pada sebuah SAISHOP.Penetapan harga yang tepat ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen, konsumen yang merasa puas dapat menciptaqkan kepuasan konsumen, konsumen yang merasa puas dapat tercipta loyalitas konsumen. Harga berperan penting secara makro (bagi perekonomian secara umum) dan secara mikro (bagi konsumen dapat perusahaan), Bagi perekonomian, harga dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan lain-lain bagi konsumen, harga dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam membuat keputusan pembelian sedangkan bagi perusahaan, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapat (Tjiptono, 215:183).

Di SAISHOP juga menggutamakan harga tergantung kualitas, maka harga yang dikeluarkan sangat terjangkau dan sesuai dengan kualitas barang.Karena di SAISHOP menjual kebutuhan para perempuan agar tetap terlihat menarik dan *style* dengan harga yang sangat terjangkau.

Buchari Alma (2016:179) yang mengatakan bahwa promosi merupakan sejenis komunikasi yang member penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan menyakinkan calon konsumen.

(Yurieff,2018)Instagram menyebutkan bahwa saat ini ada lebih dari 90 juta pengguna di dunia yang menggunakan aplikasi ini sebagai sarana untuk belanja *online*. Oleh karena itu instagram pun bertransformasi menjadi sebuah aplikasi yang memungkinkan terjadinya *social shopping* , sebuah konsep dimana yang menyebutkan bahwa pengguna media social mendapatkan pengaruh untuk member barang karena ada saran dari teman, keluarga atau selebritis yang mereka ikuti..

Kualitas pelayanan sangat penting untuk melihat *reseller* dan konsumen apakah senang atau kecewa dalam pembelian produk maupun cara pelayanannya dari pihak SAISHOP. Dan di SAISHOP ini untuk perempuan bisa terlihat lebih menarik, bergaya, dan tetap *style* tidak usah menggeluarkan bugjed yang sangat mahal untuk tetap *style* dan tetap menggikuti model-model yang lagi viral saat ini,dan jangan khawatir SAISHOP adalah solusi pertama untuk merubah perempuan menjadi tetap feminim denganangaran yang sangat terjangkau.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko SAISHOP bahwa terdapat permasalahan berkaitanya,

pelayanan kurang ramah terhadap pelanggan saat pembelian secara langsung maupun *online* dansangat lama untuk merespon, Selain itu terdapat beberapa keluhan yang mengatakan bahwa kurang adanya promo-promo diskon yang menarik disaat ada hari-hari besar dan harga di SAISHOP Sidoarjo cukup terjangkau namun jika ada promo diskon akan menarik pelanggan lebih banyak

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: "**Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan SAISHOP Sidoarjo"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkanpermasalahan yang sudah diuraikan tersebutdiatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang diprediksi dalam penilitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SAISHOP Sidoarjo?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SAISHOP Sidoarjo?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SAISHOP Sidoarjo?
4. Apakah kualitas pelayanan, Harga, da Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SAISHOP Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari kajian permaslahan yang telah dirumuskan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untukmengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan SAISHOP Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan SAISHOP Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan SAISHOP Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan SAISHOP Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukkan atau input bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

   A. Bagi Produsen

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pentingnya bagi SAISHOP Sidoarjo dalam menggutamakan Kualitas pelayanan, Harga, dan Promosi, kemudahan penggunaan social media kepada konsumen yang selanjutnya menimbulkan kepuasan pelanggan yang membantu pencapaian tujuan dari SAISHOP Sidoarjo.

B. Bagi peneliti

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dan dapat mempraktekan teori yang selama ini peneliti didapatkan selama di bangku kuliah pada keadaan yang sebenarnya pada SAISHOP Sidoarjo serta dapat dijadikan peneliti sebagai pembelajaran untuk memulai bisnis di masa yang akan datang.

C. Bagi Pihak Lain

Dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa.