

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era new normal saat ini, persaingan dunia bisnis menjadi semakin ketat. Dalam hal ini perusahaan menuntut untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar. Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang retail. Persaingan yang ketat ini ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang retail yang menciptakan ide inovatif dalam promosi dengan jenis yang sama akan tetapi harga dan kualitas pelayanan yang beraneka ragam. Untuk dapat memenangkan persaingan dalam bisnis yang bergerak dalam bidang retail. Pemasar harus merancang strategi pemasaran untuk memuaskan konsumen (Sukmawati, n.d.).

Pemasaran yang saling bergantung satu sama lain seperti konsumen dengan produsen merupakan pemasaran yang terlihat baik tetapi sebaliknya jika tidak adanya saling ketergantungan maka pemasaran itu terlihat tidak baik. Untuk mendapatkan pemasaran yang baik adalah dengan langka mengenali konsumen terlebih dahulu, berikan yang dibutuhkan oleh konsumen dengan menggunakan media ataupun non media yang tepat sasaran untuk mencapai konsumen. Semakin berkembangnya perusahaan, berbagai macam pemasaran dilakukan perusahaan untuk menarik kepuasan konsumen. Ketertarikan konsumen pada produk barang atau jasa akan menarik perhatian mangsa pasar, Salah satu kunci keberhasilan jangka panjang bagi perusahaan adalah kepuasan konsumen (Handoko, 2017).

Karena memuaskan konsumen membuat perusahaan mampu bersaing dan dapat mengungguli para pesaing bisnis. Perusahaan berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen lama ataupun konsumen yang baru. Keinginan dan kebutuhan konsumen harus diidentifikasi dengan jelas oleh perusahaan, karena merupakan suatu harapan konsumen yang ingin diperoleh setelah membeli barang atau jasa dari perusahaan tersebut.

Tujuan utama Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya adalah untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh faktor yaitu harga, promosi dan kualitas pelayanan.

Miniso adalah sebuah perusahaan bidang retail yang menjual aneka barang kebutuhan dengan harga ekonomis dan terjangkau, termasuk alat tulis, kosmetik, peralatan dapur, mainan, dan alat elektronik. Miniso terus berinovasi dengan mengeluarkan berbagai barang yang bermanfaat dan yang sangat dibutuhkan konsumen. Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya untuk memenuhi kepuasan konsumen Miniso memberikan harga yang ekonomis dan terjangkau, promosi yang inovatif dan menarik dan kualitas pelayanan yang baik untuk dapat mempertahankan konsumen. Dilansir dari situs resminya, Miniso juga memiliki "The 2018 iF Design Award" adalah penghargaan untuk produk terbaik dari segi estetika produk, kualitas produk, pemilihan material, inovasi teknologi, fungsionalitas, dan faktor lain yang memengaruhi pengalaman pengguna produk (Miniso, 2022).

Berdasarkan perkembangan pada pendapatan Miniso setiap tahunnya, hal ini ditunjukkan pada Tabel 1 mengenai total pendapatan Miniso dari tahun 2020 sampai 2022.

Tabel 1.1

Total Pendapatan Miniso Tahun 2020-2022

Tahun	Total Pendapatan
2020	US\$ 1.271 Miliar
2021	US\$ 1.405 Miliar
2022	US\$ 1.505 Miliar

Sumber : Investing.com, 2023

Salah satu faktor utama dalam Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya adalah harga yaitu untuk mendapatkan laba dan profit (keuntungan) (Gulla, Rendy, Sem George Oroh, 2016). Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya berusaha menetapkan harga yang ekonomis dan terjangkau agar dapat lebih unggul dari para pesaingnya. Harga yang ditetapkan juga menyesuaikan dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang dan jasa yang dibutuhkan. Harga adalah atribut penting dalam evaluasi yang dilakukan oleh konsumen, sering sekali konsumen menggunakan harga untuk indikator penilaian yang dihubungkan dengan manfaat barang atau jasa yang telah dibeli. Dan hal itu, konsumen bisa merasa puas dengan manfaat yang didapatkan sebanding atau bisa lebih tinggi dari nominal yang telah konsumen keluarkan.

Penelitian dari Winanto, Ghanis Rahma dkk (2021) hasil penelitian ini menyebutkan pengaruh harga terhadap

kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan dan positif. Namun, penelitian lain dilakukan oleh Saraswati (2021) hasil penelitiannya menyebutkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Semakin rendah kualitas produk yang diberikan oleh Miniso maka akan semakin rendah pula kepuasan konsumen, begitupun sebaliknya.

Keunggulan utama yang lain juga adalah promosi. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan akan menciptakan penilaian tersendiri pada pemikiran konsumen sehingga penilaian ini secara tidak langsung akan menciptakan image terhadap perusahaan tersebut. Promosi merupakan faktor penting untuk menarik perhatian mangsa pasar, dengan hal itu konsumen akan memakai sumber sebagai cara untuk menegaskan, menginformasikan dan yang terpenting untuk mempengaruhi konsumen agar berbelanja di Miniso Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya. Promosi merupakan satu pembeda dari satu produk ke produk lainnya di berbagai komoditas, promosi ini menegaskan kelebihan dan sebagai upaya daya tarik perusahaan suatu perusahaan terhadap kepuasan konsumen dalam mengunjungi, berbelanja, dan membeli produk maupun jasa tersebut (Kurniawan & Hildayanti, 2019).

Penelitian dari Adi et al (2021) penelitian ini menyebutkan pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Tanpa promosi, konsumen tidak mengetahui produk dan layanan apa yang bersedia dibeli atau digunakan oleh perusahaan.

Bagi Miniso, yang khususnya bergerak dalam bidang retail, kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam

persaingan pasar saat ini. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan paling unggul yang dirasakan seseorang pada suatu jasa yang diharapkan konsumen dengan perbandingan keinginan, kebutuhan, dan kinerja setelah menggunakan jasa tersebut. Dalam persaingan pasar, perusahaan berupaya untuk memberikan berbagai kualitas yang saling bersaing. Dengan adanya situasi ini maka Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya berupaya untuk menghasilkan pelayanan yang terbaik. Harapan konsumen berbelanja di Miniso Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya sebelum membeli yaitu mendapatkan pelayanan yang ramah dan memuaskan. Pelayanan yang memuaskan dan berkualitas menjadi daya tarik dan berdampak kepada konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang-berulang dan mampu meningkatkan penjualan Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya.

Penelitian Mahendrin & munir, (2021) penelitian ini menyebutkan pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen tidak terdapat berpengaruh signifikan. Hasil yang tidak signifikan ini dalam hal kualitas pelayanan disebabkan oleh berbagai faktor seperti sumber daya manusia (karyawan) yang kurang, kurangnya kepekaan sumber daya manusia (karyawan).

Perusahaan yang saat ini bertahan terlebih dengan adanya era normal, dimana semua perusahaan berlomba untuk memenangkan persaingan pasar, untuk itu Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya harus memperhatikan konsumen dan manfaat yang telah di peroleh setelah berbelanja barang maupun jasa dan berkunjung di miniso Surabaya. Tidak hanya, layanan yang ramah dan baik

saja tetapi harga dan promosi ini juga bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan sebaliknya.

Oleh karena itu Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya berusaha untuk selalu melakukan sebuah inovasi dan perubahan dalam promosi dan juga memberikan pelayanan yang terbaik selaku upaya untuk mempertahankan ataupun memperluas pangsa pasar, untuk memperoleh serta mempertahankan posisi kepemimpinan pasar, serta membagikan pelayanan terbaik kepada para konsumen lewat pemasok barang yang bermutu baik, tepat waktu serta harga yang cocok untuk kebutuhan konsumen dan agar konsumen selalu merasa puas dengan barang atau jasa yang telah dibeli.

Berdasarkan latar belakang diatas maka, penelitian tertarik untuk meneliti karena ingin mengetahui kepuasan konsumen Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya yang dilihat dari harga, promosi, dan kualitas pelayanan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya?
2. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Miniso di Surabaya Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya?
4. Apakah harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara serentak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara serentak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
 - a. Penelitian ini dapat diharapkan bahan analisa perusahaan mengenai kepuasan konsumen Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya.
 - b. Penelitian ini dapat sebagai evaluasi dalam menentukan rencana perusahaan dimasa era new normal saat ini.
 - c. Penelitian ini dapat memuaskan konsumen sehingga bisa menaikkan penjualan produk Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya.
2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
 - a. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi kepustakaan terkait dengan kajian

mengenai "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Miniso di Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai ilmu tambahan bagi mahasiswa Univeritas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bagi Masyarakat
 - a. Penelitian ini di harapkan bisa menjadi refsrensi dan wawasan untuk penelitian yang akan datang bagi pembaca.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat sebagai ilmu untuk mencari solusi dalam permasalahan yang ada yang terkait dengan penelitian ini.