

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan tajam sehingga mengharuskan para pelaku bisnis untuk meningkatkan strategi bisnisnya agar dapat bertahan dalam dunia bisnis. Selain itu juga, perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Dan perkembangan tersebut berpengaruh sangat nyata. Seperti halnya, dalam usaha *fashion* yang saat ini berkembang sangat pesat. Sehingga persaingan usaha *fashion* sangat kompetitif dan menawarkan berbagai macam produk *fashion* dengan harga yang bersaing.

Salah satu produk *fashion* yaitu pakaian. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yang dapat memberikan rasa aman dan nyaman ketika manusia memakainya (Arief, 2017:46). Selain memberikan rasa aman dan nyaman, pakaian juga digunakan untuk menunjang gaya penampilan seseorang sesuai tren.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara memperhatikan kebutuhan, keinginan dan kepuasan atas harga yang di terima oleh konsumen merupakan kunci keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan tajam saat ini. Oleh karena itu para pelaku usaha khususnya di bidang *fashion* harus memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan mendalam terhadap konsumen.

Kebanyakan pakar ekonomi mengasumsikan bahwa konsumen merupakan pembeli ekonomis, yakni orang yang mengetahui semua fakta dan secara logis

membandingkan pilihan yang ada berdasarkan biaya dan nilai manfaat yang diterima untuk memperoleh kepuasan terbesar dari uang dan waktu yang mereka korbankan (McCarthy & Perreault, 1995:198).

Kotler & Keller (2006:192) mendefinisikan konsumen sebagai seseorang yang membeli dari orang lain. Banyak perusahaan yang tidak mencapai kesuksesan karena mengabaikan konsep konsumen. Konsumen, saluran distribusi, dan pasar adalah objek biaya yang memiliki keragaman pada produk. Konsumen dapat mengkonsumsi aktivitas yang digerakkan oleh konsumen yaitu frekuensi pengiriman, penjualan dan dukungan promosi. Sehingga untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan untuk melayani konsumen dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda, perusahaan memperoleh informasi yang berguna dalam penetapan harga, penentuan bauran konsumen dan peningkatan profitabilitas yang berorientasi pada terciptanya kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tonggak keberhasilan suatu perusahaan. Wujud kepuasan konsumen, akan menciptakan citra positif dan kepercayaan untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan apabila, apa yang mereka dapatkan sesuai bahkan melebihi dari apa yang mereka harapkan (Annisa dan Niken, 2018:179). Kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen yang timbul saat konsumen menggunakan produk yang sesuai harapannya. Untuk itu para pelaku usaha *fashion* harus dapat memenuhi harapan konsumen saat menerima produk dan harga yang diberikan terjangkau oleh kalangan manapun, sehingga konsumen merasakan kepuasan tersendiri setelah berkunjung atau

berbelanja di usaha *fashion* tersebut. Dan dapat mengakibatkan konsumen loyal terhadap usaha *fashion* tersebut.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga sangat berperan penting dalam penjualan. Banyak perusahaan yang bangkrut karena menetapkan harga yang tidak sesuai atau tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen dan kualitas produk agar konsumen dapat membelinya dan merasa puas, karena menurut konsumen harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk yang diberikan kepada pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Oleh sebab itu setiap perusahaan dalam menetapkan harga harus mempertimbangkan secara matang sehingga menguntungkan bagi perusahaan yang mendapatkan laba dan bagi konsumen dapat membeli produk sehingga dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Janet, 2019:578).

Sebelumnya Silvany dan Annisa (2018:145), akademisi Politeknik Negeri Sriwijaya dalam jurnal e-prints dengan judul *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Apotek Interna Pas Palembang*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga yang dilakukan dengan menggunakan metode penetration pricing memiliki pengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan konsumen setelah melakukan pembelian. Dengan menetapkan metode ini apotek dapat mencapai tujuan usaha yang berorientasikan pada laba

dan juga mendapatkan citra yang baik dari konsumen. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang ke apotek Interna Pas. Upaya yang dapat dilakukan apotek dalam mempertahankan kepuasan konsumen adalah dengan mempertahankan penetapan harga yang telah dilakukan dan menggunakan strategi penetapan harga lainnya seperti dengan memberikan penetapan harga yang murah untuk konsumen yang membeli produk dengan jumlah yang banyak untuk satu jenis produk yang sama.

Dari studi kasus di atas, dapat disimpulkan bahwa para pengelola toko seharusnya selalu berusaha memberikan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan keinginan konsumen untuk berbelanja. Toko yang mematok harga terlalu tinggi, tidak akan diminati oleh konsumen. Para konsumen lebih memilih berbelanja di toko yang mematok harga cenderung lebih murah atau terjangkau.

Pada penelitian ini, peneliti mencoba menjadikan *Yoe Collection* Kota Gorontalo sebagai objek penelitian, *Yoe Collection* merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang *fashion* yang terletak di Kota Gorontalo tepatnya di Jalan H.B Jassin ex Agussalim. Butik ini menawarkan berbagai macam kebutuhan wanita seperti pakaian, jilbab, tas, dan aksesoris. Tidak hanya kebutuhan wanita Butik *Yoe Collection* juga menawarkan pakaian untuk pria. Namun pada faktanya memang seluruh pelanggan Butik *Yoe Collection* berasal dari kalangan menengah atas. Karena penetapan harga barang yang ditawarkan di Butik *Yoe Collection* yang cukup tinggi dibandingkan dengan tempat lainnya. Jadi hal ini yang

membuat pelanggan Butik *Yoe Collection* rata-rata adalah orang-orang yang memiliki penghasilan lebih seperti pengusaha, dosen dan PNS.

Tidak mudah bagi *Yoe Collection* untuk bersaing di tengah banyaknya usaha yang sejenis di Kota Gorontalo dengan menawarkan harga yang bersaing. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar *Yoe Collection* tetap stabil dan terus meningkat, pihak pengelola *Yoe Collection* harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus berfikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga konsumen akan puas saat berbelanja di *Yoe Collection*. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, konsumen yang puas terhadap harga akan berbelanja kembali atau menjadi loyal terhadap toko.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap konsumen *Yoe Collection*, sebagian besar mereka berpendapat bahwa harga yang ditetapkan oleh *Yoe Collection* cenderung lebih mahal sedangkan kualitas barangnya sama dengan toko lain yang menetapkan harga yang lebih murah. Selain itu ada beberapa produk yang harganya tidak sesuai dengan kualitasnya. Sehingga dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang penetapan harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yang formulasi judul ialah **“Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik *Yoe Collection* Kota Gorontalo”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan di atas identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Harga barang di *Yoe Collection* cenderung mahal. 2) Harga barang di toko lain cenderung lebih murah. 3) Terdapat beberapa harga yang tidak sesuai dengan kualitas barang. 4) Harga cenderung mempengaruhi psikologi konsumen *Yoe Collection*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini yaitu, seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Butik *Yoe Collection* Kota Gorontalo ?.

1.4 Tujuan Penelitian

Didalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Butik *Yoe Collection* Kota Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat di peroleh dari penelitian ini adalah :

1.1.1 Manfaat Teoritis

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menguji apakah ada pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Butik *Yoe Collection* Kota Gorontalo.
- b. Dengan adanya penelitian diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan menambahkan hasil penelitian yang sudah ada dan

dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen.

1.1.2 Manfaat Praktis

- a. Untuk peneliti, diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan mampu diterapkan di dunia kerja.
- b. Untuk pembaca, diharapkan dapat menambah informasi dan sumbangan pemikiran serta kajian dalam penelitian.
- c. Untuk pemilik Butik, diharapkan bisa menjadi bahan masukan pada butik *Yoe Collection* Kota Gorontalo dan memberikan perhatian dalam hal penetapan harga sehingga akan berdampak pada kepuasan konsumen yang optimal.