

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang telah dikagumi dan dikenal luas di seluruh dunia. Batik merupakan karya seni yang begitu indah dan penuh dengan filosofi dalam setiap bentuk motifnya. Batik dapat digolongkan sebagai ekspresi budaya tradisional dari masyarakat lokal yang diwariskan secara turun-temurun dan merupakan warisan budaya yang sangat berharga. Oleh karena itu batik harus dijaga dan dilestarikan. Pada tahun (2009) UNESCO (United National Educational, Scientific, and Cultural Organisation) telah menyatakan bahwa batik sebagai warisan budaya tak benda yang dihasilkan oleh Indonesia. Hal ini yang membuat semangat para pengrajin untuk meningkatkan terus produk batik mereka.

Selain dari pada itu fungsi batik yang semakin berkembang turut serta menjadi motivasi para pengrajin batik. Batik telah mengalami banyak perkembangan karena pencampuran budaya, situasi sosial, dan pengaruh luar antar daerah. Semakin meningkatnya perkembangan terhadap batik dapat dilihat dari semakin banyaknya konsumen yang tertarik terhadap batik. Batik yang awalnya digunakan oleh keluarga keraton di Jawa, kini semakin diminati oleh masyarakat, bukan hanya kalangan menengah keatas, pejabat, ibu-ibu negara dan sebagainya, melainkan diminati juga berbagai kalangan termasuk juga remaja. Keindahan batik semakin menarik perhatian peminatnya tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di

luar negeri. masalah ini menghasilkan banyak desainer berbakat menciptakan karya yang berbeda.

BinHouse merupakan salah satu store pakaian batik tradisional. Berdiri sejak tahun 1986, dengan tekad untuk melestarikan kebudayaan Indonesia khususnya pada kain, tentu saja akan menambah rasa cinta, peduli dan menghargai budaya bangsa. BinHouse sendiri memiliki 4 cabang di Jakarta saat ini, salah satunya di Grand Indonesia. BinHouse sendiri dikenal dengan kain sutera dengan motif batik, serta kebaya bernuansa modern dan ada banyak corak dan motif di Nusantara yang dapat dieksplorasi menjadi pakaian kasual yang dapat menarik perhatian konsumen, hingga saat ini BinHouse telah memberikan kualitas produk dan layanan terbaik kepada pelanggannya.

Menurut Fandy Tjiptono (2019:79) kepuasan konsumen adalah suatu kepuasan yang dimiliki dengan taktik pemasaran dalam pemikiran yang sangat matang untuk dipertahankan konsumen. Banyaknya persaingan di era modern, makanya dengan ini permintaan konsumen harus dipenuhi berupa jasa atau produk yang tentunya pasti sangat puas dengan adanya pelayanan yang sangat diharapkan.

Masyarakat era modern ini berkembang dalam hal pengetahuan dan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Faktanya, mereka sangat kritis dalam membuat penilaian tentang perusahaan komersial yang mereka kunjungi. Bahkan bisnis yang mereka anggap baik akan menjadi pelanggan tetap mereka. Upaya yang diperlukan suatu usaha adalah menciptakan kondisi dan suasana usaha yang menguntungkan bagi konsumen. Perusahaan harus mampu membangkitkan minat dan keunikan tersendiri di kalangan konsumen sehingga mampu menangkap minat pembeli untuk

terus berbisnis.

Pentingnya kualitas pelayanan, harga dan suasana tempat sebagai strategi untuk memenangkan hati konsumen dan memenangkan pesaing. Akan tetapi tidak cukup untuk menghadirkan rasa puas dan perhatian pelanggan, lebih dari itu adakah bagaimana cara merespon keinginan sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari konsumen. Keinginan setiap perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen. Karena kepuasan konsumen merupakan tingkat harapan dan keinginan konsumen tersebut dapat terpenuhi melakukan pembelian kembali.

Berikut data penjualan dalam waktu 4 bulan terakhir disajikan di batik BinHouse.

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Batik BinHouse

No	Bulan	Total Penjualan Thn 2022-2023	Total Penjualan Thn 2021-2022
1	November	Rp96.550.000	Rp80.000.000
2	Desember	Rp106.960.000	Rp95.000.000
3	Januari	Rp95.780.000	Rp75.000.000
4	Februari	Rp77.680.000	Rp62.000.000

Sumber : Data Penjualan Tahun 2021-2022 dan 2022-2023

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas terlihat bahwa terjadinya fluktuasi pada penjualan produk batik BinHouse. Dimana penjualan batik BinHouse mengalami kenaikan pada pada bulan November hingga bulan Desember. Lalu mulai dari bulan Januari hingga bulan Februari mengalami penurunan, hal ini dapat disebabkan oleh unsur yang mempengaruhi.

BinHouse sendiri memiliki 4 cabang di Jakarta saat ini, salah satunya berada di Mall Grand Indonesia. Peneliti melakukan observasi pengamatan persaingan kompetitor disekitar obyek BinHouse.

Tabel 1.2 Kompetitor Store Batik BinHouse Grand Indonesia

No	Nama Store	Alamat
1.	Riana Kesuma	Grand Indonesia lantai 3, Jl. MH Thamrin No.1, RT.1/RW.5, Menteng, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310.
2.	Iwan Tirta	Grand Indonesia lantai 3, Jl. MH Thamrin No.1, RT.1/RW.5, Menteng, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310.
3.	Parang Kencana	Grand Indonesia lantai 3, Jl. MH Thamrin No.1, RT.1/RW.5, Menteng, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310.

Sumber : data yang diolah peneliti,2023

Dari tabel 1.2 persaingan yang dialami BinHouse dengan kompetitor lainnya ialah, tempat yang nyaman, kualitas pelayanan yang bagus dan harga yang terjangkau dan tidak hanya itu, pada produk BinHouse menawarkan bermacam model dan motif yang beragam. Sedangkan kompetitor sendiri menawarkan hal yang sama pada storenya, yaitu tempat yang nyaman, kualitas produk yang bagus, dan harga yang terjangkau, tetapi ada perbedaan antara BinHouse dengan kompetitor yaitu pada segi pelayanan yang diberikan BinHouse dengan memberikan pelayanan yang bagus, friendly, terhadap konsumen.

Faktor pertama yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian konsumen pada tingkat layanan yang telah diterima oleh konsumen, pelayanan yang baik tentu diharapkan konsumen agar memberikan rasa puas.

Menurut Mahmoedin (2010) dalam Desikasari (2018), kualitas pelayanan adalah suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan, atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan dalam memberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen. Bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak perusahaan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan (Suwarsito, 2020). Untuk itu peneliti melakukan pra survey pada pengunjung batik Binhouse pada 40 responden yang sudah melakukan pembelian.

Tabel 1.3 Pra Survey Kualitas Pelayanan Batik BinHouse

No.	Pernyataan	Setuju	%	Tidak	%
1.	Kualitas pelayanan store BinHouse sesuai harapan pelanggan	34	85%	6	15%
2.	Dalam hal responsivnes, karyawan melayani sesuai harapan pelanggan	34	85%	6	15%
3.	memberikan jaminan kepada pelanggan	10	25%	30	75%

Sumber : Data yang diolah peneliti 2023

Pada tabel 1.3 dengan hasil pra survey yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pelanggan memberikan respon kurang baik pada tabel nomor 3. Dengan respon tanggapan 10% setuju dan 30% tidak setuju. Hal tersebut menjadikan keluhan karena tidak sesuai dengan keinginan konsumen. BinHouse masih memiliki kendala yaitu memberikan jaminan kepada pelanggan. Sehingga perlu

melakukan evaluasi agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan tentu sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen. Fenomena yang terkait dengan kualitas pelayanan pada BinHouse dengan memberikan pelayanan baik, dimana karyawan menjelaskan produk yang tersedia di Store dan karyawan menggunakan seragam kerja. Untuk setiap karyawan harus ramah kepada konsumen dengan minimal memberikan senyum, salam dan sapa kepada setiap konsumen yang datang ke store BinHouse agar memberikan rasa nyaman kepada konsumen.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cindy Papyayanti (2020) yang membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan menurut penelitian Marlina (2020) Kualitas pelayanan secara persial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yaitu harga. Harga merupakan nilai (biasa dinyatakan dengan uang) yang harus dikorbankan untuk dapat memiliki, menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa guna mendapatkan kepuasan. Menurut Alma (2011) Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar mendapatkan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen.

Namun harga juga bisa menjadi indikator kualitas dimana suatu produk yang berkualitas tinggi akan dipatok dengan harga yang tinggi pula. Dengan kualitas dan desain yang unik, maka akan menarik perhatian konsumen untuk

membeli produk batik Binhouse. Untuk itu peneliti melakukan pra survey pada pengunjung batik Binhouse pada 40 responden yang sudah melakukan pembelian.

Tabel 1.4 Pra Survey Harga Batik BinHouse

No.	Pernyataan	Setuju	%	Tidak	%
1.	Harga yang ditawarkan store BinHouse sesuai dengan kualitas yang konsumen harapkan	32	80%	8	20%
2.	harga cukup bersaing dengan competitor	32	80%	8	20%
3.	harga batik Binhouse terjangkau dari produk batik yang lain	10	25%	30	75%

Sumber : Data yang diolah peneliti 2023

Dari tabel 1.4 dapat dilihat bahwa hasil pra survey harga yang diberikan batik Binhouse dengan pernyataan nomor 3 memiliki tingkat penilaian kurang baik dengan respon tanggapan 10% setuju dan 75% tidak setuju. hal tersebut menjadikan faktor harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen batik Binhouse. Harga yang ditawarkan belum terjangkau dan harga yang ditawarkan belum sesuai dengan produk yang diharapkan konsumen.

BinHouse sendiri memberikan harga untuk kalangan menengah keatas, untuk harga yang ditawarkan BinHouse dari kisaran Rp.500.000 hingga Rp.5.000.000. dengan harga ini konsumen mendapatkan produk yang bagus, baik dan nyaman. Harga memiliki peranan dalam kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian, karena setelah konsumen merasakan produk tersebut konsumen dapat memberikan penilaian terhadap harga yang diberikan itu sesuai atau tidak dengan produk dan pelayanan yang diberikan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Evi Laili Kumrotin dan Ari Susanti (2021) Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut

penelitian Herry Novrianda (2017) Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Selain kualitas pelayanan dan harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah suasana tempat. Suasana yang nyaman akan menjadi bahan pertimbangan sendiri bagi konsumen sebelum memutuskan datang untuk datang dan menikmati pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kotler (2009) dalam (Achmad Nizar Thaib,2020) mengatakan “identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalu dekorasi toko atau secara lebih luas dari atmosfernya”. Meskipun atmosfer sebuah toko tidak secara langsung mengkomunikasikan kualitas pelayanannya, tetapi suasana toko secara diam-diam dapat menunjukan kelas sosial dari layanan yang akan diberikan kepada konsumen. Untuk itu peneliti melakukan pra survey pada pengunjung batik Binhouse pada 40 responden yang sudah melakukan pembelian.

Tabel 1.5 Pra Survey Suasana Tempat Batik BinHouse

No.	Pernyataan	Setuju	%	Tidak	%
1.	Atmosfer toko sudah memuaskan	10	25%	30	75%
2.	Pelanggan dapat bergerak bebas didalam store	36	85%	4	15%
3.	Store memiliki fitting room yang bersih	36	85%	4	15%

Sumber : Data yang diolah peneliti 2023

Dari tabel 1.5 dapat dilihat bahwa hasil pra survey suasana tempat yang diberikan batik Binhouse dengan pernyataan nomor 1 memiliki tingkat penilaian kurang baik dengan respon tanggapan 10% setuju dan 75% tidak setuju. hal tersebut menjadikan faktor suasana tempat sangat berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen batik Binhouse. Karena atmosfer yang menyenangkan dan menarik dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Jika pelanggan merasa nyaman dan senang di dalam toko, mereka lebih cenderung untuk tinggal lebih lama, menjelajahi produk lebih banyak, dan kembali berbelanja di kemudian hari.

Fenomena yang terkait dengan suasana tempat di store Binhouse memiliki suasana yang nyaman, pencahayaan yang cukup, dan store memiliki ruang fitting room yang nyaman, aman dan bersih. Dengan mengutamakan kenyamanan untuk konsumen diharapkan konsumen bisa kembali lagi untuk membeli produk di Store ini.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Indra Gunawan (2023) yang membuktikan suasana tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan menurut penelitian Nurul Chotimah (2020) suasana tempat secara persial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan di atas maka penelitian ini akan memfokuskan pada kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu peneliti mengambil penelitian yang berjudul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN SUASANA TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BATIK BINHOUSE DI GRAND INDONESIA.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Toko berpengaruh simultan terhadap Kepuasan konsumen batik Binhouse di Grand Indonesia?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen batik Binhouse di Grand Indonesia?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen batik Binhouse di Grand Indonesia?
4. Apakah suasana tempat berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen batik Binhouse di Grand Indonesia?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Tempat terhadap kepuasan konsumen batik Binhouse di Grand Indonesia
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen batik Binhouse di Grand Indonesia
- c. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen batik Binhouse di Grand Indonesia
- d. Untuk mengetahui pengaruh Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen batik Binhouse di Grand Indonesia

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

b. Bagi Akademis

Sebagai bahan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dibidang pemasaran serta peneliti selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan pada batik Binhouse berkaitan dengan strategi perusahaan yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

