

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era modern menciptakan suatu peluang dan tantangan bagi setiap industri, yang berdampak pada perluasan pasar, perubahan perilaku konsumen serta persaingan. Pertumbuhan pada era modernisasi berdampak pada perluasan pasar, perubahan perilaku konsumen, dan persaingan pasar, dan tentunya dapat menghasilkan suatu peluang dan tantangan bagi setiap industri (Sari & Mayasari, 2022). Pemanfaatan teknologi dalam sistem distribusi, transaksi digital, serta strategi pemasaran mendorong sektor industri untuk terus berinovasi agar mampu bertahan dan berkembang. Dalam konteks ini, sektor industri memiliki peran strategis dalam mendukung perkembangan pada sektor mendorong ekonomi negara. Oleh karena itu, aktivitas produksi dan perdagangan berkontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan dan konsumsi masyarakat. Oleh Karena itu, perkembangan teknologi pada era modern menuntut sektor industri untuk terus berinovasi dalam memanfaatkan teknologi distribusi, transaksi digital, dan pemasaran agar mampu menghadapi persaingan, memenuhi perubahan perilaku konsumen, serta berkontribusi secara optimal terhadap pertumbuhan perekonomian negara.

Berdasarkan tradingeconomics.com, sektor perdagangan ritel di Indonesia menunjukkan pertumbuhan positif yang ditandai dengan meningkatnya penjualan

ritel mencapai 4,3% pada Oktober 2025 dan meningkat selama 6 bulan berturut-turut. Pertumbuhan ini tidak hanya menunjukkan peningkatan konsumsi, dan daya beli masyarakat tetapi juga mencerminkan tingkat persaingan yang semakin ketat antar pelaku-pelaku usaha terkait (Trading.Economics, 2026). Dalam hal ini, peningkatan penjualan ritel yang terjadi secara konsisten mencerminkan adanya pertumbuhan konsumsi masyarakat serta meningkatnya dinamika dalam sektor perdagangan ritel. Oleh karena itu, kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan sektor ritel di Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh meningkatnya daya beli masyarakat, tetapi juga persaingan antar pelaku usaha, sehingga perusahaan ritel perlu menerapkan strategi yang lebih inovatif dan kompetitif untuk mempertahankan serta memperluas pangsa pasar mereka.

Dalam situasi persaingan ini, kepuasan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting karena kepuasan yang tinggi dapat mendorong loyalitas pelanggan serta meningkatkan keberlangsungan usaha. Salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang ramah, cepat, tepat, dan profesional akan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Sebaliknya pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan ketidakpuasan dan membuat pelanggan beralih ke toko lain. Selain itu, faktor harga juga sangat mempengaruhi keputusan dan kepuasan pelanggan. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan akan memberikan nilai tambah bagi pelanggan (Avianty & Waloejo, 2019). Dengan demikian, kualitas pelayanan serta penetapan harga harus menjadi perhatian utama dalam menjalankan aktivitas usaha ritel, salah satunya pada Toko Fajar Toserba.

Toko Fajar Toserba menjadi salah satu usaha ritel yang beroperasi di Kabupaten Sikka. Sebagai toko yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan barang konsumsi masyarakat, Toko Fajar Toserba berperan penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen di Kabupaten Sikka. Keberadaan toko ini tidak hanya sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai bagian dari dinamika perekonomian lokal yang terus berkembang. Dalam hal ini, Toko Fajar Toserba menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan berbagai toko dan minimarket lainnya yang menawarkan produk sejenis. Kondisi ini menuntut Toko Fajar Toserba untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, ketepatan dalam melayani transaksi serta kenyamanan lingkungan berbelanja. Selain itu, penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan daya beli masyarakat menjadi faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Avianty & Waloejo, 2019). Pelayanan menjadi bentuk upaya perusahaan dalam berinteraksi dan memperlakukan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan mereka, bahkan berusaha melampaui harapan tersebut. Dalam hal ini, kualitas pelayanan menjadi unsur penting yang menentukan bagaimana pelanggan menilai suatu produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan rasa puas terhadap produk atau layanan yang diterima. Sebaliknya, pelayanan yang diberikan

tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka hal tersebut dapat menimbulkan ketidakpuasan dan berdampak pada menurunnya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu mempertahankan pelanggan serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satuan rupiah yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Dalam konteks pemasaran, harga tidak hanya dipahami sebagai angka atau nilai tukar semata, tetapi juga sebagai bentuk pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk yang ditawarkan (Hasibuan Holila et al., 2025). Dalam hal ini, harga juga berfungsi sebagai alat bagi penjual untuk membedakan produknya dari produk yang ditawarkan oleh para pesaing. Melalui strategi penetapan harga yang tepat, perusahaan dapat menciptakan citra tertentu terhadap produknya, misalnya sebagai produk yang berkualitas tinggi, produk terjangkau, atau produk yang memiliki nilai lebih dibandingkan dengan produk lain di pasar. Penetapan harga tidak hanya berkaitan dengan penentuan nilai jual produk, tetapi juga merupakan bagian dari strategi diferensiasi dalam kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. Oleh karena itu, harga sering kali menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam upaya memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen (Moat et al., 2024). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau

kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, kinerja produk di bawah harapan, maka pelanggan cenderung merasa kecewa. Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat penting. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan pelayanan yang baik, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar mampu meningkatkan tingkat kepuasan konsumen serta membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan.

Sebuah studi yang dilakukan oleh (Avianty & Waloejo, 2019) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan keberagaman berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Cave Stove Syndicate.

Penelitian terdahulu lainnya yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian di Toko Suci Toserba Kabupaten majalengka. Hasil penelitian ini menunjukkan, H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya dapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pembelian (Maulana et al., 2025). Penelitian terdahulu lainnya yang meneliti tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa kecamatan Banjar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di toko grosir Tirta Yasa (Sari & Mayasari, 2022).

Penelitian terdahulu lainnya yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan konsumen di Labersa Hotel & Convention Centre Toba-Sumut. Hasil penelitian ini menunjukkan secara khusus, menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Demikian pula, fasilitas juga menunjukkan bahwa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun harga ditemukan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Audia & Tanjung, 2025).

Penelitian terdahulu lainnya yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada toko 26 Store Pekanbaru. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara harga tidak selalu menjadi faktor utama. Meskipun demikian, kombinasi antara kualitas pelayanan yang baik dan harga kompetitif terbukti berkontribusi besar dalam menciptakan pelanggan yang puas (Rizal et al., 2024).

Penelitian-penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dalam studi ini umumnya mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada berbagai sektor usaha, seperti kafe, hotel, dan toko ritel di beberapa daerah, antara lain Semarang, Majalengka, Banjar, Toba, dan Pekanbaru. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara konsisten

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, pengaruh harga menunjukkan hasil yang beragam, beberapa penelitian menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa harga tidak selalu menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Di sisi lain, penelitian ini memiliki fokus dan lokasi yang berbeda, yaitu pada Toko Fajar Toserba yang berada di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Perbedaan utama penelitian ini terletak pada konteks lokal serta karakteristik konsumen di wilayah tersebut, yang berpotensi menghasilkan temuan baru ataupun memperkuat teori yang telah ada. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya mereplikasi penelitian terdahulu, tetapi juga memberikan kontribusi empiris baru dalam konteks usaha ritel lokal yang masih jarang diteliti, khususnya di kawasan Indonesia Timur.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Fajar Toserba di Kabupaten Sikka?

1.2.2 Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Fajar Toserba di Kabupaten Sikka?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Fajar Toserba di Kabupaten Sikka

1.3.2 Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Fajar Toserba di Kabupaten Sikka

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari perluasan masalah dalam penelitian ini serta untuk mempermudah pemahaman, maka penulis membatasi masalah yang diangkat hanya pada analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko Fajar Toserba di Kabupaten Sikka.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini dapat berfungsi sebagai acuan bagi para peneliti di masa mendatang.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan dan pemahaman penulis mengenai konsep kualitas pelayanan, harga, serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini menjadi sarana untuk mengaplikasikan teori-teori manajemen pemasaran yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di lapangan.

2. Bagi Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero

Melalui penelitian ini, diharapkan mampu memberikan wawasan serta berkontribusi terhadap pengembangan keilmuan di Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero terkhususnya berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Toko Fajar Toserba di Kabupaten Sikka

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi manajemen Toko Fajar Toserba dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan strategi harga yang tepat dan kompetitif.

1.1 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan merupakan gambaran umum mengenai isi dan pembahasan dalam setiap bab yang terdapat dalam penelitian ini. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. :

BAB I PENDAHULUAN.

Bab ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai alasan dilakukannya penelitian serta permasalahan yang akan dikaji terkait pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Fajar Toserba di Kabupaten Sikka.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.

Bab ini memuat landasan teori yang relevan dengan penelitian, meliputi teori tentang kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan, serta hubungan

antarvariabel. Selain itu, bab ini juga membahas penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian yang menjadi dasar dalam melakukan analisis.

BAB III METODE PENELITIAN.

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variable, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.

Dalam bab ini akan menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan dan analisis data. Selanjutnya, hasil analisis tersebut dibahas dan diinterpretasikan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB V PENUTUP.

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait berdasarkan temuan penelitian.