

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

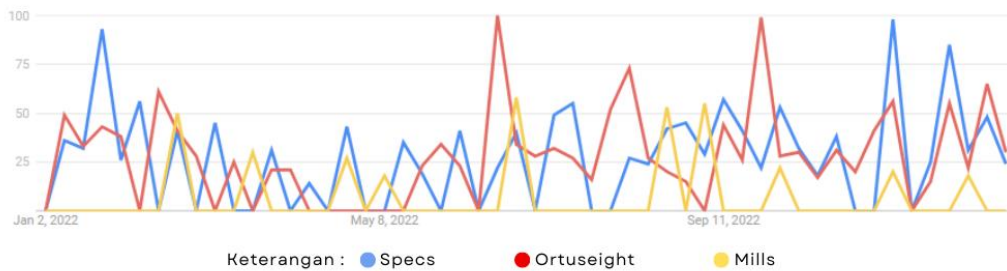
### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Olahraga merupakan kebutuhan bagi setiap manusia untuk menjaga kesehatan tubuh agar tetap bugar, selain itu juga olahraga menjadi gaya hidup yang banyak diminati dalam semua kalangan. Salah satu dampak *pandemic covid* beberapa waktu lalu membuat masyarakat mulai menyadari akan pentingnya olahraga, banyak pilihan kegiatan yang dapat dilakukan seperti jogging, bulutangkis, senam, basket, futsal dan masih banyak lainnya. Masyarakat juga tentu mencari perlengkapan olahraga untuk memenuhi kebutuhannya dalam menunjang kegiatan berolahraga dengan kualitas terbaik, salah satunya sepatu olahraga yang nyaman digunakan agar terhindar dari cedera. Di Indonesia menciptakan beberapa merek sepatu lokal, salah satunya merek Specs dengan harga terjangkau untuk dibeli dengan persaingan industri sepatu yang sangat kompetitif dengan memperhatikan bentuk, motif, warna serta inovasi pada sepatu tersebut. Sepatu merek Specs ini didesain secara modern dengan penambahan pada pelindung tumit yang menjadikannya lebih indah dan nyaman.

Sepatu yang awalnya hanya menjadi alat untuk melindungi kaki saat bermain futsal, namun seiring berjalannya waktu sepatu tersebut dapat beralih fungsi sebagai barang fashion yang berguna untuk menunjang penampilan pemain pada saat di dalam lapangan. Fashion adalah salah satu aspek yang dapat dinilai sebagai penunjang penampilan. Adanya persepsi tersebut membuat masyarakat beralih untuk mengikuti trend yang sedang berlangsung, seperti sepatu yang tidak

hanya dinilai sebagai penunjang penampilan saja melainkan juga dapat sebagai identitas untuk penggunaannya serta mampu menjadi barang koleksi di kemudian hari. Banyak kolektor yang membeli sepatu futsal merek Specs tetapi tidak digunakan untuk bermain futsal, melainkan hanya sebagai barang yang disimpan dan memiliki nilai sejarah tersendiri bagi penikmatnya.

Specs didirikan pada tahun 1994 di Jakarta, yang berawal dari rakitan PT. Panarub Industry yang juga produsen dari adidas di Indonesia. Specs mulai melakukan Kerjasama dengan pemain profesional pertama kali yaitu dengan Rocky Putiray pada tahun 2004, pada saat itu merek Specs menjadi buah bibir masyarakat dengan inovasi teknologi yang ada pada produk sepatu sepak bola. Puncaknya saat Specs mensponsori klub asal Indonesia Timur, yakni persipura pada tahun 2005 dan persipura menjadi juara liga Indonesia. Tidak hanya itu saja, Specs juga merintis dunia futsal dengan mensponsori Elektrik PLN pada tahun 2007 pada liga pro futsal Indonesia, nama pemain yang sudah tidak asing seperti Socrates M, Yos Adi W, Caisar Silitonga, Randt Akank Satria, Bambang Bayu dan Tely S juga pernah terpampang di laman resmi Specs, hal tersebut menjadi bukti bahwa Specs dapat menjadi merek sepatu andalan bagi para pemain profesional. Dengan kualitas yang dimiliki oleh sepatu futsal merek Specs tersebut menjadikan sepatu futsal merek Specs dapat bersaing dengan merek lokal lainnya yang sedang berkembang dengan seiringnya waktu, hal tersebut dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Sumber: Google Trend (2022)

### Gambar 1.1 Perkembangan Sepatu Merek Specs dengan Kompetitor Lain

Fenomena terkait permasalahan kepuasan pelanggan yaitu pengguna sepatu Specs mengeluhkan outsole sepatu yang mudah terkelupas ketika sepatu tersebut sudah terlalu lama disimpan, terkelupasnya outsole tersebut disebabkan karena lem atau jahitan yang tidak erat, namun dikarenakan upper sepatu yang mulai rapuh sehingga outsole juga mulai terkelupas. Disisi lain juga terdapat seri sepatu futsal Specs Swervo Galactica Elite yang bagian leher sepatu memiliki tambahan pelindung seperti *turtle neck* sangat bagus untuk melindungi mata kaki layaknya bahan karet untuk melindungi engkel dan mengurangi dari resiko terkilir. Namun bahan yang digunakan untuk pelindung tersebut terlalu lemur, sehingga jika sepatu sering dicuci akan mudah melar serta menggulung yang berakibatkan akan mengurangi ruang untuk gerak (<https://www.bola.com/ragam/read/4405594>).

Dalam dunia bisnis, penjual tentu menghadapi pelanggan yang kesadaran akan barang atau jasa yang digunakan tersebut tinggi, selain itu juga pelanggan dapat beralih pada perusahaan lain jika tidak merasakan kepuasan atas produk atau jasa yang diperoleh dari penjual sehingga kepuasan pelanggan memiliki peran penting bagi kelangsungan dan perkembangan suatu perusahaan. Kepuasan yang

dirasakan oleh pelanggan juga menjadi salah satu alasan bagi pelanggan untuk membeli kembali produk yang dijual pada perusahaan tersebut dan hal tersebut dapat mendorong perusahaan agar menciptakan inovasi baru terhadap produknya serta pelanggan tersebut tidak beralih kepada perusahaan lain. Menurut Kotler & Keller, (2016) menyatakan bahwa *“Satisfaction reflects a person’s judgment of a product’s perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted”* artinya kepuasan digambarkan dari penilaian seseorang terhadap kinerja produk yang telah dirasakan sesuai dengan harapan atau tidak. Jika nilai kinerja yang dirasakan tidak memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Begitupun sebaliknya jika nilai yang dirasakan sesuai dengan yang pelanggan harapkan, maka pelanggan tersebut merasa puas. Menurut Tjiptono, (2014) kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang muncul akan menjadi output penilaian terhadap pengalaman seseorang yang telah menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga merupakan suatu aspek yang melekat pada produk yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan serta memuaskan konsumen. Harga sebagai salah satu aspek yang dapat berpengaruh dalam menentukan kepuasan seseorang, sebab jika harga yang ditawarkan atas produk yang dijual tidak sesuai dengan spesifikasi maka pelanggan merasa tidak puas akan produk tersebut. Sebaliknya, jika harga yang ditawarkan atas produk tersebut sesuai dengan spesifikasi maka pelanggan akan merasa puas. Harga adalah sebuah nominal dari produk yang harus dibayar oleh pelanggan agar mendapatkan benefit dari produk tersebut. Terdapat penelitian

oleh Biarsih *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk untuk melakukan fungsinya dengan baik. Menurut Tirtayasa *et al.*, (2021) produk adalah inti dari proses pemasaran, sebab produk merupakan salah satu bentuk output dari hasil kegiatan pada suatu perusahaan atau usaha bisnis yang akan ditawarkan kepada pasar demi memenuhi kebutuhan serta keinginan dari masyarakat. Sehingga suatu produk diharuskan memiliki ciri khas tersendiri agar berbeda dari produk yang lain, hal terpenting dalam memilih produk yaitu dilihat dari segi kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Terdapat penelitian oleh Wahyuni *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan hal dasar bagi pelanggan untuk menilai suatu pelayanan yang akan diterima terhadap pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai taraf kepuasan bagi konsumen, dengan cara membandingkan jenis penilaian satu dan lainnya. Kualitas pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang didapatkan sesuai dengan harapan konsumen, tetapi jika pelayanan yang didapatkan tidak sesuai dengan yang diharapkan dengan konsumen, maka pelayanan tersebut dianggap gagal. Menurut Tjiptono, (2005) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan cara dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan dari harapan konsumen. Terdapat penelitian oleh Eka Erlinda *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang telah ditemukan oleh peneliti terdapat perbedaan hasil yang menyebabkan adanya inkonsistensi, sehingga penulis membahas suatu permasalahan yang berjudul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN SEPATU FUTSAL MEREK SPECS DI SURABAYA”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan, terdapat perumusan masalah dari penelitian sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan sepatu futsal merek Specs di Surabaya?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan sepatu futsal merek Specs di Surabaya?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan sepatu futsal merek Specs di Surabaya?
4. Apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan sepatu futsal merek Specs di Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh positif dari harga terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan sepatu Specs di Surabaya.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh positif dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan sepatu Specs di Surabaya.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian sepatu Specs di Surabaya.
4. Untuk menguji signifikansi secara simultan pengaruh dari harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan sepatu Specs di Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan tidak hanya dapat bermanfaat bagi penulis saja, namun juga bagi pihak yang terkait lainnya. Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan kontribusi kepada akademis sebagai pembelajaran khususnya bidang pemasaran.

## 2. Bagi penulis

Penelitian ini dilakukan sebagai hasil penalaran yang telah dilakukan selama proses pembelajaran di Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

## 3. Bagi perusahaan

Penelitian ini dilakukan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan, khususnya dalam mengetahui hubungan antara harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

## 4. Bagi pembaca

Penelitian ini dilakukan sebagai penambah wawasan kepada mahasiswa terkait salah satu ilmu dalam bidang pemasaran.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi ialah susunan yang dipergunakan untuk mempermudah dalam mengarahkan penulisan dan dibagi menjadi beberapa bab dimana setiap bab akan terisi sub bab yang menjelaskan topik penelitian secara detail. Sistematika penulisan skripsi diantaranya sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan ilustrasi yang menjadi pola pikir dasar yang berisi informasi terkait latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.



## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi pembahasan terkait kepuasan pelanggan yang didalamnya terdapat tinjauan teori yang dipergunakan sebagai penunjang penelitian untuk membahas penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel, kerangka penelitian dan hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan terkait metode penelitian yang akan digunakan sebagai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas dan teknik analisis data.

## **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini merupakan gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan analisis statistik serta pembahasan dari hasil penelitian yang telah diolah.

## **BAB V : KESIMPULAN**

Bab ini menjelaskan terkait kesimpulan penelitian yang berisikan jawaban atas rumusan masalah, pembahasan hipotesis, keterbatasan penelitian, dan saran kepada pihak terkait dan peneliti selanjutnya.