

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Kondisi yang harus dipenuhi agar transaksi dapat terjadi yaitu harus ada sekurang-kurangnya dua pihak, masing-masing pihak mempunyai barang atau sesuatu yang bernilai bagi pihak lain, masing-masing pihak dapat berkomunikasi dan menyalurkan keinginannya, dan ada kebebasan masing-masing pihak untuk menerima atau menolak tawaran. Masyarakat lebih mengenal jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern.<sup>1</sup>

Keberadaan pasar tradisional mulai terancam karena adanya pasar modern. Pasar Mijen, dulu menjadi pusat perbelanjaan masyarakat untuk menjual dan membeli segala kebutuhan pokok ataupun lainnya. Banyaknya pembangunan pasar modern seperti indomart, alfamart, minimarket dan berbagai swalayan lain di kawasan perkotaan maupun pedesaan mulai menggeser peran pasar tradisional. Kemunculan pasar modern lebih menjadi pilihan utama masyarakat tertentu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berkembangnya pasar modern dapat mempengaruhi eksistensi dari pasar tradisional.<sup>2</sup>

Sampai saat ini pasar tradisional masih memiliki peran penting dalam masyarakat. Pasar tradisional sebenarnya juga memiliki kelebihan yang tidak dimiliki pasar modern. Kelebihan tersebut dapat dilihat dari berbagai hal. Hal tersebut diantaranya harga yang relatif murah, barang yang diperjual-belikan dapat ditawarkan, memberikan banyak pilihan produk segar yang mana memberikan pengalaman berbelanja untuk memegang langsung produk yang ditawarkan. Meskipun saat ini pasar modern berkembang pesat, tetapi keberadaan pasar tradisional tetap

---

<sup>1</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 37.

<sup>2</sup> Winda Fitria Septiani, "Analisis Pengaruh Citra Pasar Tradisional Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta)" (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018), 3.

memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat.

Menjaga kepuasan sangat penting untuk bisnis karena dengan mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, bisnis dapat bertahan dan berkembang. Demikian juga, para pedagang di pasar tradisional harus meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen tetap bertahan dan melakukan pembelian secara terus menerus dalam memenuhi kebutuhan mereka. Beberapa konsumen yang datang untuk berbelanja terkadang mengurungkan niatnya untuk membeli karena melihat kondisi produk dan sempitnya lokasi pasar. Pelayanan yang kurang baik juga memberikan efek kurang nyaman bagi konsumen yang datang.<sup>3</sup>

Kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai cara yaitu dengan bertanya langsung kepada pembeli mengenai pelayanan yang diberikan. Penjual juga dapat bertanya mengenai bagaimana harapan mereka dan bagaimana pengalaman mereka ketika berbelanja. Adapun metode lain untuk mengukur kepuasan yaitu dengan menyediakan media yang dapat digunakan untuk menampung keluhan dan saran para pembeli dapat berupa kotak saran.<sup>4</sup>

Kepuasan konsumen tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja, namun juga membutuhkan adanya sistem pelayanan yang mendukung. Para konsumen akan merasa senang dengan adanya produk atau jasa yang dibutuhkan, serta nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Konsumen yang kurang puas dengan suatu produk tidak akan membeli ataupun menggunakan lagi produk yang kita tawarkan. Selain itu konsumen yang kurang puas juga dapat menceritakan kepada konsumen lain tentang keburukan produk yang mereka dapatkan, sehingga dapat menimbulkan citra buruk di kalangan para konsumen.

Seorang konsumen akan merasa senang dan kecewa setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang

---

<sup>3</sup> Maretta Ginting dan Ahmad Saputra, "Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional," *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol.23, No.1 (2015): 11.

<sup>4</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, 91-92.

dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas atau senang.<sup>5</sup>

Berkembangnya teknologi membuat persaingan bisnis semakin ketat. Para pedagang harus berusaha keras untuk memuaskan konsumen agar konsumen tetap bertahan dan melakukan pembelian secara terus menerus. Karena banyaknya informasi yang dapat diakses melalui media internet membuat konsumen semakin cerdas, sadar harga dan banyak menuntut. Dengan memanfaatkan jaringan internet memudahkan konsumen untuk berbelanja melalui pasar elektronik. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan uang yang dimilikinya.

Semua konsumen mengharapkan pelayanan yang terbaik, baik sebelum atau sesudah melakukan pembelian produk. Konsumen juga mempunyai hak atas informasi yang diperoleh antara kesesuaian harga dengan barang yang akan dibeli. Seorang konsumen biasanya menginginkan adanya garansi dan jaminan bila barang yang sudah dibeli tersebut rusak dapat dikembalikan atau ditukar. Harapan lain seorang konsumen yaitu mengenai potongan harga atau diskon yang diberikan dan kelayakan harga atas barang yang dibelinya tersebut.<sup>6</sup>

Agar bisnis bisa bertahan menghadapi persaingan dan tetap eksis maka harus ada kepuasan konsumen. Menurut Schiffman dan Kanuk, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap kinerja suatu produk yang dirasakan dan diharapkan. Menurut Bitner dan Zeithaml, kepuasan dipengaruhi oleh banyak faktor. Menurut Setiawan I., faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, kualitas pelayanan dan kualitas

---

<sup>5</sup> Tri Ulfa Wardani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017), 15.

<sup>6</sup> Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI," *Jurnal Ekonomi* Vol.7, No.2 (2016): 113-114.

produk.<sup>7</sup> Dalam arti lain, kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang diharapkan dengan hasil yang didapat konsumen. Kepuasan seorang konsumen dipengaruhi beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di antaranya harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Harga merupakan faktor penting dalam penjualan. Mematok harga yang tidak tepat akan membuat usaha gulung tikar. Penetapan harga harus disesuaikan dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang yang dibutuhkan atau diinginkan. Bagi konsumen, harga digunakan sebagai bahan pertimbangan mereka. Karena persepsi konsumen terhadap suatu harga dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli suatu produk. Menurut Walton, harga dan kualitas mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh para pedagang, sehingga konsumen merasa tidak puas dan mempengaruhi konsumen untuk berpikir kembali ketika ingin membeli barang atau jasa tersebut.<sup>8</sup>

Tolok ukur keberhasilan sebuah usaha adalah memberikan pelayanan yang sebaik mungkin untuk konsumen. Dengan pelayanan yang memuaskan seorang pedagang akan memperoleh citra baik dikalangan konsumen dan berhasil dalam memasarkan produk atau jasa. Pelayanan yang dimaksud meliputi pelayanan ketika menawarkan dan memberikan suatu produk atau jasa, pelayanan ketika terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan. Pelayanan yang diberikan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Cynthia Violita Wijaya, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy," *Agora* Vol.5, No.1 (2017): 1.

<sup>8</sup> Lina Sari Situmeang, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017), 2.

<sup>9</sup> Tri Ulfa Wardani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara)," 14.

Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan para pedagang kepada para konsumen, mengakibatkan banyaknya kerugian yang akan diterima oleh para pedagang. Karena pelayanan yang diberikan kepada konsumen berhubungan langsung dengan kelangsungan suatu usaha. Konsumen saat ini mulai selektif dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Konsumen mengutamakan tempat yang nyaman dan pelayanan yang baik.

Para pedagang bersaing memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumennya. Para pedagang berusaha semaksimal mungkin dalam meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Karena kurangnya kualitas pelayanan memberikan efek kurang bahkan tidak nyaman bagi konsumen yang datang, dan lama-kalamaan konsumen mulai beralih untuk berbelanja ditempat lain. Dengan adanya persaingan yang ketat tersebut, hal yang harus diutamakan adalah kepuasan pelanggan, agar dapat bertahan dan bersaing untuk kelangsungan usahanya.<sup>10</sup>

Pasar mijen merupakan pasar yang sudah lama berdiri. Pasar mijen merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di kabupaten kabupaten kudus. Pasar mijen terletak didesa mijen kecamatan kaliwungu kudus yang berada disebelah selatan terminal jetak. Pasar ini melayani kebutuhan masyarakat kudus wilayah barat. Pedagang di pasar menyediakan berbagai keperluan rumah tangga yang cukup lengkap dengan harga yang bervariasi dan pelayanannya dimulai dari pagi hingga sore hari.

Saat ini perkembangan pasar modern sangat pesat sekali bahkan banyak bermunculan dipedesaan. Meski begitu, pasar mijen tetap bisa bertahan. Hal itu terlihat dari banyaknya pengunjung setiap harinya. Banyaknya pengunjung pasar karena mereka merasakan kepuasan sehingga mempengaruhi mereka untuk datang kembali dan melakukan pembelian secara terus menerus ke pasar tersebut. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya harga dan kualitas pelayanan.

---

<sup>10</sup>Ahmad Khusaini, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta" (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), 1.

Beberapa riset tentang harga telah dilakukan diantaranya penelitian oleh cynthia violita wijaya tentang "pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen". Pada penelitian ini menyimpulkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan harga mempunyai pengaruh yang paling dominan.

Riset selanjutnya dilakukan oleh rina sukmawati tentang "pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen". Dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Untuk riset tentang kualitas pelayanan juga telah dilakukan diantaranya adalah penelitian oleh dwi aliyyah apriyani dan sunarti tentang "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ". Pada penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Riset lain yang dilakukan oleh maretta ginting dan ahmad saputra tentang "pengaruh lokasi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen". Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Setelah melihat banyaknya konsumen yang berkunjung ke pasar tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada pasar mijen kabupaten kudus dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Pasar Mijen Kabupaten Kudus)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, rumusan masalah, sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Pasar Mijen Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pasar Mijen Kabupaten Kudus?

3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pasar Mijen Kabupaten Kudus?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Pasar Mijen Kabupaten Kudus
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pasar Mijen Kabupaten Kudus
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pasar Mijen Kabupaten Kudus

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, diantaranya :

1. Bagi Peneliti  
Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan informasi peneliti mengenai kepuasan konsumen.
2. Bagi Masyarakat  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk lebih tertarik berbelanja di pasar tradisional
3. Bagi Pengguna Informasi  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang positif dan bahan untuk penelitian lebih lanjut dalam kontens permasalahan yang berkaitan.

### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun penelitian ini

dibagi menjadi 3 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian yang berada sebelum isi yang meliputi halaman judul, pengesahan majelis penguji ujian munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian isi ini terdiri dari lima bab, yaitu:

**Bab I : Pendahuluan**

Bab ini berisikan uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**Bab II : Landasan Teori**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang berisi deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta hipotesis yang menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan pokok pembahasan dan penelitian terdahulu dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisa penelitian ini.

**Bab III : Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan tentang jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Bab ini menerangkan tentang metode yang digunakan dalam pengambilan data yang berkaitan dengan penelitian.

**Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini menjelaskan mengenai gambaran obyek penelitian dan analisis data serta pembahasan mengenai sumber konflik.

Bab V : Penutup

Merupakan bab penutup yang merupakan bab terakhir dan penutup dari penulisan skripsi ini. Dalam bab ini diungkapkan tentang kesimpulan yang diperoleh setelah melakukan penelitian.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir ini terdiri dari daftar pustaka yakni buku-buku yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi dan lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi.

