

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis di era globalisasi membuat perusahaan satu dengan yang lainnya berkompetisi secara ketat sehingga menimbulkan berbagai macam permasalahan. Kondisi ini menyebabkan perusahaan berlomba-lomba untuk beroperasi seefisien mungkin untuk memenangkan persaingan. Persaingan yang semakin kompetitif ini merangsang perusahaan untuk menyadari akan pentingnya pemanfaatan yang optimal atas peluang bisnis yang ada. Perusahaan diharuskan melakukan perencanaan yang matang terhadap program atau aktivitas yang dilaksanakannya sehingga dapat mengelola dan mengendalikan aktivitas produksi serta pemasaran yang ada, demi tercapainya tujuan perusahaan.

Salah satu jenis ritel yang sedang berkembang adalah minimarket. Minimarket merupakan jenis bisnis retail yang menjual barang kebutuhan sehari-hari. Minimarket juga menawarkan kemudahan karena lokasi atau letaknya yang bisa dijangkau dan dekat dengan konsumen. Minimarket mengutamakan kepraktisan dan kecepatan yang didukung dari luas toko atau gerai yang tidak terlalu besar, sehingga konsumen berbelanja dengan waktu yang tidak terlalu lama. Keuntungan lain dengan berbelanja di minimarket yaitu suasana aman dan nyaman dalam berbelanja, tidak kesulitan memilih barang-barang yang diperlukan. Pelanggan tidak perlu

ditawar dan dapat berbelanja berbagai keperluan dalam satu tempat saja sehingga menghemat waktu dan tenaga.

Berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka pada tahun 2007 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama, Alfamidi. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko, dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka muncul keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi nusa bangsa dan negara. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan Alfamidi, dengan badan hukum PT. Midi Utama Indonesia. Pendirian Alfamidi ini diharapkan mampu memenangkan konsumen sehingga konsumen bersedia melakukan pembelian di Alfamidi.

Dalam hal ini yang menjadi fokus peneliti adalah toko Alfamidi Cabang Aluminium Raya yang dimana tujuan utama adalah menarik simpati konsumen dengan sebanyak-banyaknya. Demikian halnya memberikan kepuasan kepada konsumen baik dari segi harga dan kualitas dari produk itu sendiri.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen

merupakan bagian dari pengetahuan serta pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang digunakan sebelumnya. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada.

Howard & Sheth dalam Tjiptono, (2014) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang di dapatkan di bandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Oliver, mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi terhadap surprise yang intren atau melekat pada pemerolehan produk dan/atau pengalaman konsumsi (Sarah Alifa et al., 2022).

Dalam hal ini fenomena yang berkaitan dengan kepuasan konsumen adalah kepuasan konsumen pada Alfamidi Cabang cenderung rendah hal ini terjadi akibat dari berbagai faktor baik karena faktor internal maupun eksternal. Maka dari itu dari segi jumlah konsumen pada perusahaan retail perusahaan Alfamidi cenderung jauh tertinggal dibanding dengan perusahaan retail lainnya seperti Indomaret dan juga Swalayan Maju

Bersama. Berikut penulis melakukan wawancara kepada konsumen tentang kepuasan konsumen Alfamidi Cabang Aluminium Raya.

Tabel 1. 1
Pendapat Konsumen Tentang Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Penilaian konsumen
1	Menurut Ibu/Bapak bagaimana kelengkapan produk dan kesiapan karyawan dalam menangani konsumen?	Ibu Gina mengatakan, saya rasa masih kurang lengkap, karena sudah beberapa kali saya datang untuk membeli produk kanzler chicken nugget selalu tidak ada. Kualitas produk yang ada disini tidak memenuhi standar kualitas yang saya harapkan, saya juga pernah mendapatkan produk rusak dan kadaluarsa, seperti kejadian beberapa hari yang lalu, ketika saya melakukan pembelian produk sari roti. Produk yang saya beli ternyata sudah berjamur. Ketika saya bertanya kepada karyawan selalu bilang saya tidak tahu.
		Bapak Joko mengatakan, sangat tidak lengkap produk yang dijual di alfamidi ini, saya selalu tidak mendapatkan produk pampers premium care-new baby NB ukuran m, perlu diperhatikan lagi untuk mendisplay produk yang ada di rak. Pengalaman saya juga 3 hari yang lalu saya membeli produk susu frisian flag putih ternyata produk yang saya beli 1 hari lagi sudah kadaluarsa, saya datang ke alfamidi dengan alasan tidak bisa, dengan nada bicaranya ketus.
		Bapak Darmawan mengatakan, sanagat tidak lengkap, hamper setiap hari saya datang selalu tidak ada produk kopi ABC. Kualitas produk tidak sesuai dengan yang ditampilkan dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan pada merek tersebut, seperti kejadian 1 bulan yang lalu ketika saya membeli produk kenzler sosis keju yang ditampilkan di gambar keju yang berlipah tetapi kenyataan keju yang ada didalam sosi sangat sedikit. Saya juga sudah menanyakan hal ini kepada kepada pihak kasir, tetapi saya

No	Pertanyaan	Penilaian konsumen
	Tabel 1.1 Pendapat Konsumen Tentang Kepuasan Konsumen (Lanjutan)	harus menunggu konfirmasi 3 hari kemudian untuk tanggapan tersebut.
		Bapak Yudi mengatakan, saya raya tidak lengkap, dikarenakan produk mie gaga yang selalu cara cari tidak ada, pengalaman saya 1 hari yang lalu, perlu diperhatikan lagi kualitas barang saat mendisplay produk ke rak, dikarenakan produk gula yang saya beli beli sudah sedikit rusak dan sudah ada semutnya, saya langsung mengajukan komplain kepada karyawan yang ada disitu mereka tidak ada bilang apa-apa. Kejadian terulang lagi ketika saya membayar produk belanjaan saya pakai edc BCA langsung disodorin aja edcnya dengan muka yang menyebalkan.
		Ibu Vina mengatakan, masih banyak produk yang tidak dijual di alfamidi, sudah 8 kali juga saya datang mencari produk minuman pepsi selalu tidak ada. Apa lagi setiap saya memesan produk lewat midi kring sudah lama sekali sampainya ketika barang sampai tidak sesuai telurnya busuk, sarden yang saya beli tidak sesuai dengan deskripsi tampilan produk. Pelayanan di alfamidi masih menurut saya masih dikatakan kurang karena pengalaman saya berbelanja di minimarket ini kejadiannya beberapa hari yang lalu posisi saya mau bayar disitu ada 2 orang kasir, 1 orang atasannya sedang tutup kasir, tapi saya sudah berdiri lama, kalau mereka sibuk seharusnya memanggil yang lain untuk melayani saya. Saya sangat kecewa karena kejadian seperti ini sudah 6 kali saya alami di minimarket ini.
2	Bagaimana tanggapan Ibu/Bapak setelah berbelanja di Alfamidi Aluminium Raya, apakah akan berkujung kembali?	Ibu Gina mengatakan, kalau untuk melakukan pembelian lagi saya akan berpikir dulu, setelah kejadian tersebut saya mengajukan komplain atas pelayanan dan produk tidak sesuai ekspektasi saya dan sampai sekarang masalah ini tidak diselesaikan. Saya juga merasa bahwa alfamidi ini sepele dan tidak peduli dengan tanggapan yang saya berikan Bapak Joko mengatakan, saya tidak akan melakukan pembelian ulang, setelah saya mendapatkan pengalaman yang sangat buruk.

No	Pertanyaan	Penilaian konsumen
		Bapak Darmawan mengatakan, kalau tidak terpaksa saya tidak akan berbelanja disini.
		Bapak Yudi mengatakan, trauma saya berbelanja di minimarket ini setelah kejadian ini.
		Ibu Vina mengatakan, untuk melakukan pembelian ulang tergantung keadaan, karena jarak tempuh alfamidi dengan rumah saya lumayan jauh,
3	Bagaimana tanggapan Ibu/Bapak setelah berbelanja di Alfamidi Aluminium Raya, apakah akan berkunjung kembali?	Ibu Gna mengatakan, saya tidak akan pernah merekomendasikan tempat ini, tidak mungkin saya merekomendasi tempat dengan layanan seperti ini, yang ada saya membuat kecewa orang yang saya rekomendasikan.
	Pendapat Konsumen Tentang Kepuasan Konsumen (Lanjutan)	Bapak Joko mengatakan, saya tidak akan merekomendasikan tempat ini karena tempat ini tidak layak direkomendasikan.
		Bapak Darmawan mengatakan, sangat tidak merekomendasikan sekali, bagaimana saya merekomendasikan tempat ini, pelayanannya saja terlalu lama menanggapi keluhan dari saya. Yang ada saya membuat kecewa kalau saya merekomendasikan tempat ini takut terjadi dengan konsumen lainnya.
		Bapak Yudi mengatakan, bagaimana saya merekomendasikan yang ada orang yang saya rekomendasikan kecewa, apalagi dengan pelayanan yang seperti itu.
		Ibu Vina menfatakan, saya tidak berani merekomendasikan, takut orang yang saya rekomendasikan kecewa dengan tanggapan yang diberikan alfamidi ini.

Sumber : Hasil Wawancara 2023

Berdasarkan Tabel 1. 1 hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap 5 konsumen yaitu Gina, Joko, Darmawan, Yudi dan Vina maka diketahui tingkat kepuasan konsumen Alfamidi Aluminium cabang Raya. Beberapa konsumen menyatakan ketidakpuasannya terhadap Alfamidi Aluminium cabang Raya. Terjadinya ketidaksesuaian antara harapan

konsumen dengan harapan konsumen sehingga menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Cabang Alfamidi Aluminium Raya segera menyelesaikan masalah tersebut demi menjaga bisnis retail dan menjaga kepuasan konsumen saat berbelanja di Cabang Alfamidi Aluminium Raya.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya adalah kualitas pelayanan. Menurut (Sinambela, 2019) kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Adapun pelayanan yang harus dilakukan terhadap konsumen misalnya, melayani pelanggan dengan ramah, cepat dan tepat, sopan santun terhadap pelanggan, kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Menurut (Sinambela, 2019), kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen (*meeting the needs of customer*). Sedangkan menurut Kasmir dalam pasolong sebagaimana dikutip dalam Sinambela mengatakan bahwa pelayanan yang baik adalah kemampuan seseorang dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi konsumen, jika konsumen merasa puas terhadap suatu pelayanan maka akan menjadi konsumen yang setia dan loyal terhadap perusahaan yang memberikan pelayanan. Kualitas pelayanan

yang baik bisa diberikan ketika perusahaan mengerti keinginan dan kebutuhan pelanggan dan mempraktikkan langsung dalam tindakan yang nyata.

Dalam hal ini kualitas pelayanan pada Alfamidi Cabang Aluminium Raya masih dapat dikatakan kurang baik, hal ini terlihat pada ulasan-ulasan yang dicantumkan penulis pada tabel berikut ini.

Tabel 1. 2
Ulasan Kualitas Pelayanan Alfamidi Cabang Aluminium Raya

 asyraf 2 ulasan · 7 foto ★ ★ ★ ★ ★ 2 tahun lalu Sering datang kemari, tapi karyawannya gk pernah berubah, pelayanannya sangat buruk.
Ulasan konsumen Alfamidi Aluminium Raya Sumber : https://maps.app.goo.gl/npD81y8ddUGyQLEEA
 Agus Dharma 1 ulasan · 2 foto ★ ★ ★ ★ ★ 2 tahun lalu Pelayanan kurang baik,,top up jarang di ladei,,kebanyakan tidak bisa,,lebih baik di buat bacaan gak bisa pembayaran onlinenya.kecewa Suka
Ulasan konsumen Alfamidi Aluminium Raya Sumber : https://maps.app.goo.gl/ggRou1qTqA9L9Pzj7



EKO PRAYUGI

Local Guide · 34 ulasan · 7 foto

★★★★★ 2 tahun lalu

Pelayanan sangat sangat sangat buruk, tidak punya etika. Hr ini 5 mei 2021, pukul 12 siang staf blg tdk bs isi gopay cb nnt. Skitar jam 16.00 sy dtg lg. bs katanya tp cuek aja tanpa melihat pelanggan sambil

Ulasan konsumen Alfamidi Aluminium Raya
Ulasan Kualitas Pelayanan Alfamidi Cabang Aluminium Raya (Lanjutan)
Sumber : <https://maps.app.goo.gl/4758/25C-nqV6zbn7p7>



Muhammad Hanif Abdullah

3 ulasan

★★★★★ 2 tahun lalu

Para pekerja nya songong tidak ramah
Wajah nya pada cemberut semua



Ulasan konsumen Alfamidi Aluminium Raya
Sumber : <https://maps.app.goo.gl/dVG2ZPZ8JFgqp4Sw9>



Brisman Silaban

19 ulasan · 11 foto

★★★★★ setahun lalu

Kecewa asal mw isi saldo gabisa,yg alsan jaringan erorlah ,yg pertukaran sif lah.mohonlah pengertiannya kami butuh..klw memang ga bisa ngisi saldo jagn dibuat pamletny yg bisa to up..apbetul jaringan eror dan klaw ganti shif ga BS top up.



Ulasan konsumen Alfamidi Aluminium Raya
Sumber : <https://maps.app.goo.gl/t66kNgfe4CD4ofRM6>



Wak Dep

3 ulasan

★★★★★ 5 tahun lalu

Minta tolong antarkan galon aja gak bisa, padahal alfamidi ke rumah dekat



Ulasan konsumen Alfamidi Aluminium Raya
Sumber : <https://maps.app.goo.gl/Dj46f6p5uuifq9pe9>

Sumber: Ulasan Konsumen Kepada Alfamidi Cabang Aluminium Raya

Berdasarkan Table 1. 2 mengenai ulasan kualitas layanan yang ada di Alfamidi Cabang Aluminium Raya. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan Alfamidi Cabang Aluminium Raya. Masih terdapat ulasan-ulasan negatif dari konsumen Alfamidi Cabang Aluminium Raya, ulasan negatif tersebut mengenai kualitas layanan yang diberikan Alfamidi Cabang Aluminium Raya kurang memuaskan konsumen diantaranya beberapa konsumen berpendapat adanya faktor ketidaksiapan layanan di alfamidi cabang aluminium raya. Pelayanan di Alfamidi Cabang Aluminium Raya juga tidak menanggapi respon dari konsumen, dilihat dari adanya ulasan yang mengenai konsumen meminta bantuan mengangkat barang tidak dilayani. Dalam hal ini tentu saja layanan dari Alfamidi Cabang Aluminium Raya tidak memahami kendala apa saja yang dibutuhkan konsumen. Tentu saja ini menjadi tugas untuk layanan yang diberikan Alfamidi Cabang Aluminium Raya bagaimana cara menanggapi konsumen dan perilaku sebagaimana haknya seseorang pelayanan dalam melayani konsumen dan menanggapi konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik akan juga menjadi salah satu yang perlu diterapkan untuk mendukung adanya kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan alat untuk mengukur sejauh mana konsumen merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan untuk mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen. Didalam kualitas pelayanan sangat penting bagi konsumen bagaimana pelayanan bisa memberikan dan memuaskan hati para pelanggan.

Penelitian ini juga terdapat perbedaan penelitian terdahulu variabel kualitas layanan pada penelitian yang dilakukan (Izzuddin & Muhsin, 2020) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep di Jember menunjukkan kualitas layanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil pada penelitian yang dilakukan (Dwi & Safavi, 2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar menunjukkan kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kemudian faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Faktor harga juga merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian pada suatu bisnis. Konsumen menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitas dari produk yang bersangkutan. Penetapan harga oleh pelaku bisnis harus disesuaikan dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi. Hal tersebut akan mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian karena konsumen akan mencari tahu harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya.

Harga mempunyai peranan penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan pembelian. Philip Kotler, (2016) mengatakan harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena

memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler, Philip; Armstrong, (2018) mengatakan harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau Jasa. Harga juga sangat menentukan kepuasan pelanggan karena kenapa dengan adanya produk yang murah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Harga merupakan faktor yang sangat penting diperhatikan dalam pemasaran, bukan saja kualitas tetapi harga juga yang paling utama diperhatikan karena masyarakat kebanyakan lebih tertarik dengan harga yang murah, fenomenologi ini sangat kental dijumpai di masyarakat bahwa kebanyakan terlihat masyarakat lebih tertarik dengan harga yang murah daripada memperhatikan kualitasnya. Harga yang murah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pada perusahaan retail yakni Alfamidi yang memberikan harga pada setiap produknya sedikit lebih mahal ketimbang harga produk pada perusahaan retail lainnya. Berikut penulis menampilkan data perbandingan harga pada perusahaan Alfamidi dengan perusahaan retail lainnya sebagai berikut :

Tabel 1. 3
Daftar Perbandingan Harga Produk Alfamidi Dengan Retail Lain

Daftar Harga Produk di Alfamidi			Daftar Harga Produk Indomaret dan Swalayan Maju Bersama	
No	Produk	Harga	Harga	Persentase Harga %
1	Beras Sania Premium 5kg	Rp 72,000	Rp 68,900	-4%
2	Fortune Minyak Goreng Pouch	Rp 38,000	Rp 33,400	-12%

Daftar Harga Produk di Alfamidi			Daftar Harga Produk Indomaret dan Swalayan Maju Bersama	
No	Produk	Harga	Harga	Persentase
	2L			
3	Rejoice Shampoo 3 in 340 ml	Rp 54,200	Rp 51,600	-5%
4	Dancow Fortigro Bubuk Coklat 390g	Rp 49,500	Rp 46,700	-6%
5	Susu Frisian Flag UHT Sereal Coklat 225ml	Rp 6,700	Rp 6,300	-6%
6	Bango Kecap Manis 135ml	Rp 11,500	Rp 10,900	-5%
7	Sariwangi Teh Celup 50	Rp 13,900	Rp 11,700	-16%
8	Anlene Gold 5x Vanila 240g	Rp 40,400	Rp 38,890	-4%
9	Kecap Manis ABC 275 ml Botol	Rp 20,600	Rp 19,900	-3%
10	Head & Shoulders Shampoo Anti Apek 160ml	Rp 35,500	Rp 33,900	-5%
11	Sabun Cream Ekonomi 380gr Lemon	Rp 6,100	Rp 5,000	-18%
12	Paseo Facial Tissue Soft Pack isi 250	Rp 22,200	Rp 17,090	-23%

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat perbandingan dari beberapa harga produk pada perusahaan Alfamidi dengan Indomaret dan Swalayan Maju Bersama, hal ini akan menjadi pemicu pada tingkat kepuasan konsumen yang cenderung akan menurun, maka diperlukan evaluasi yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan Alfamidi. Perlu diketahui bahwa yang menjadi tolak ukur dari jenis barang tersebut adalah penulis menggunakan merek dan ukuran produk yang sama beratnya sehingga dibandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lain. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada konsumen Alfamidi Cabang Aluminium Raya, hal ini akan berdampak pada jumlah konsumen yang berkunjung, Ibu Vina mengatakan harga barang yang dijual

Alfamidi ini terlalu tinggi dibanding dengan harga jual di minimarket lain. Seperti harga susu dancow fortigo bubuk coklat 390g dengan harga yang dijual yang diberikan kepada konsumen Rp.49.500 sedangkan harga yang di jual minimarket lainnya yaitu sebesar Rp.46.700. meskipun hanya selish Rp.2.800. tapi hal inilah yang akan menyebabkan berpidah konsumen keminimarket lain. Seharusnya perusahaan dapat mengimbangi harga dengan minimarket sekitarnya.

Penelitian ini terdapat perbedaan penelitian terdahulu variabel harga pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Haryoko et al., 2020) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer) menunjukkan harga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil pada penelitian yang dilakukan oleh (Febriansyah & Triputra, 2021) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Salah satu faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor iklan. iklan adalah segala bentuk presentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Iklan dapat merupakan cara yang berbiaya efektif guna membayar pesan, entah untuk membangun preferensi merek atau untuk mendidik orang (Maxelian et al., n.d.).

Iklan merupakan salah satu faktor yang paling banyak digunakan pengusaha untuk menarik minat konsumen. Iklan dapat dimanfaatkan secara efektif untuk membangun citra jangka panjang produk maupun perusahaan dan juga dapat memicu pembelian segera. Iklan adalah suatu bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian. Iklan bertujuan untuk membangun kesadaran akan pentingnya suatu produk atau jasa, membantu meyakinkan pelanggan dalam membeli dan membedakan suatu produk/jasa tersebut dengan produk/jasa yang lain. Jadi, perusahaan berusaha berkreasi mungkin dalam menciptakan sebuah iklan yang menarik dan dapat memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat demi tercapainya minat beli terhadap produk dari perusahaan tersebut Theory et al., (2022).

Pada Alfamidi secara umum dalam mengiklankan produknya yaitu menggunakan berbagai media perantara seperti media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, dan Website Alfamidi (Midi Kriing) media cetak seperti poster, katalog berupa brosur namun fokus utamanya adalah pada Alfamidi Cabang Aluminium Raya yang mengiklankan produknya dengan menggunakan media website Alfamidi (Midi Kriing), dan media cetak katalog berupa brosur dan poster. Berikut penulis mencantumkan bukti wawancara iklan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1. 4
Pendapat Konsumen Tentang Iklan

No	Pertanyaan	Penilaian Konsumen
1	Bagaimana tanggapan ibu apakah akan merekomendasikan alfamidi aluminium raya ini?	Ibu Gina mengatakan, Tidak, karena biasanya iklan yang ada di alfamidi selalu kehabisan tetapi jika tidak ada iklan barang selalu bertumpuk diraknya.
		Bapak Darmawan mengatakan, Ketika saya berbelanja lewat Alfamidi Kring diiklan yang ada bahwa produk tersebut yang diiklan harga promo, ketika barang saya sudah sampai dan saya melihat struk yang ada produk yang saya beli sama sekali tidak ada harga promo sesuai yang di iklankan Alfamidi.
		Bapak Diklo mengatakan, Saya tidak terlalu memperhatikan keadaan sekitar, apalagi iklan seperti ini.
		Bapak Yudi mengatakan, Saya trauma dengan iklan Alfamidi, karena setiap saya datang menanyakan produk iklan promo ini masih ada, selalu karyawan menjawab tidak ada. Padahal sudah jelas di website bahwa produk ini di iklan dengan harga promo tapi di alfamidi disini tidak ada.
		Ibu Vina mengatakan, Saya tidak terlalu memperhatikan iklan, karena setiap saya berbelanja di Alfamidi ini saya membeli dari sisi kebutuhan dan kualitas produk.
2	Bagaimana tanggapan ibu, apakah iklan Alfamidi Aluminium Raya menimbulkan rasa ingin tahu?	Ibu Gina mengatakan, tidak sama sekali, karena selalu ditanyak produk mana yang diiklankan selalu kosong.
		Bapak Darmawan mengatakan, ketika anaka saya beli produk kinderjoy saya kira isinya banyak ternyata malah sebaliknya, sudah gitu mahal lagi
		Bapak Joko mengatakan, tidak, lebih baik iklan yang ada di Alfamidi dihapus saja karena setiap saya datang menanyakan iklan selalu bling tidak ada, apalagi tadi saya membeli produk susu Frisian flag disitu beli 2 gratis 1, ketika sudah dibayar ternyata harganya normal tidak ada iklan promo yang sesuai.
		Bapak Yudi mengatakan, saya trauma dengan iklan Alfamidi, karena setiap saya datang menanyakan produk iklan promo ini masih ada, selalu karyawan menjawab tidak ada. Padahal sudah jelas di website bahwa produk ini di iklan dengan harga promo tapi di alfamidi disini tidak ada.
		Ibu Vina mengatakan, saya tidak terlalu memperhatikan iklan, karena setiap saya berbelanja di Alfamidi ini saya membeli dari sisi kebutuhan dan

Tabel 1. 4
Pendapat Konsumen Tentang Iklan (Lanjutan)

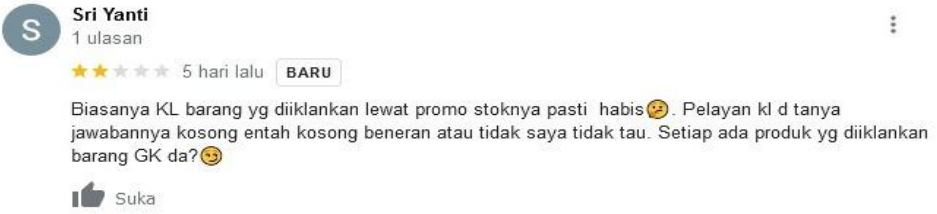
		kualitas produk.
3	Bagaimana tanggapan ibu, apakah dengan melihat iklan langsung berbelanja di Alfamidi Aluminium Raya?	Ibu Gina mengatakan, kalau upload dikasih batas smpai jam berapa iklan promonya gitu sekalian. Biar konsumen yang lain tidak kecewa, seperti saya kemarin di aplikasi sama di instagram iklan yang ditampilkan lewat promo sampai tanggal 30 agustus, tetapi saya beli di tanggal 29 Agustus karyawannya bling promo sudah habis, karna saya belanja jam 22.42 WIB katanya sisitem transaksi tutup smpai jam 22.00, kalau begitu caranya yang ada korupsi waktu dong.
		Bapak Darmawan mengatakan, tidak kareana iklan yang di tampilkan tidak relevan dan tidak ada kontribusinya bagi saya pribadi. Bapak Joko mengatakan, belum tentu karena pengalaman saya, di iklan bisa melakukan pembayaran lewat ovo dan ini masih pukul 19.00 mereka bilang sudah closed khusus ovo Bapak Yudi mengatakan, Belum tentu, karena pengalaman saya iklan yang ditampilkan tidak sesuai dengan realitanya Ibu Vina mengatakan, saya jarang sekali melihat iklan, karena saya tidak ada ketertarikan dengan iklan alfamidi ini.
4	Bagaimana tindakan ibu setelah melihat iklan Alfamidi Aluminium Raya?	Ibu Guna engatakan, biasa saja, yang ada saya sekarang hati-hati dalam melohat iklan terutama iklan alfamidi ini. Bapak Darmawan mengatakan, biasa saja yang ada saya sekarang ragu ketika berbelanja lagi di alfamidi. Bapak Joko mengatakan, biasa saja karena belajar dari ketidaksesuaian harapan iklan dengan kenyataan yang ada. Bapak Yudi mengatakan, biasa saja, karena saya kecewa dengan Alfamidi ini yang melebihi-lebihkan kalimat. Ibu Vina mengatakan, bagaimana saya bertindak iklanya tidak memiliki pesan yang menarik dan tidak menawarkan manfaat yang jelas bagi saya pribadi.

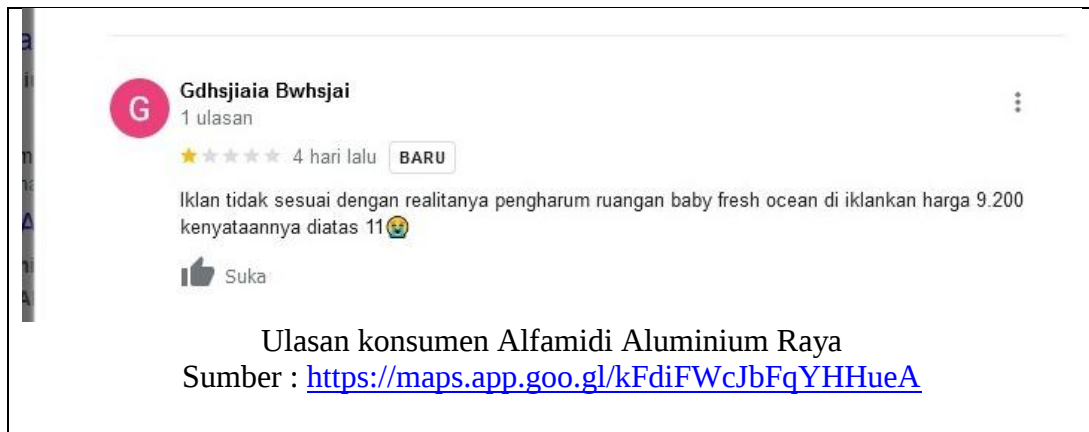
Sumber: Hasil Wawancara 2023

Berdasarkan hasil wawancara dengan 5 responden yang penulis lakukan yakni atas nama Gina, Joko, Darmawan, Yudi, dan Vina dan ulasan yang diberikan konsumen kepada Alfamidi Cabang Aluminium Raya yang

dilakukan maka dapat penulis diketahui bahwasanya responden mengatakan iklan belum mampu mempengaruhi kepuasan konsumen di Alfamidi Cabang Aluminium Raya. Iklan yang tersedia media website Alfamidi (Midi Kriing), dan media cetak katalog berupa brosur dan poster, ternyata tidak dapat memberikan informasi yang lebih mengenai produk, harga, dan tanggal berakhirnya promo tersebut yang ada di Alfamidi Cabang Aluminium Raya tersebut.

Tabel 1. 5
Ulasan Iklan Alfamidi Cabang Aluminium Raya

 Sri Yanti 1 ulasan ★★★★☆ 5 hari lalu BARU Biasanya KL barang yg diiklankan lewat promo stoknya pasti habis 😊. Pelayan kl d tanya jawabannya kosong entah kosong beneran atau tidak saya tidak tau. Setiap ada produk yg diiklankan barang GK da? 😊 👍 Suka
Ulasan konsumen Alfamidi Aluminium Raya Sumber : https://maps.app.goo.gl/Kjx79uYE6HcYchPNA
 Kiki Ayunda 1 ulasan ★★★★☆ 4 hari lalu BARU Setiap saya tanya produk mana yg diiklankan karyawan selalu bilang tidak ad padahal di website resmi alfamidi banyak produk dan promo yg diiklankan 👍 Suka
Ulasan konsumen Alfamidi Aluminium Raya Sumber : https://maps.app.goo.gl/2hN94dzsynjztuWw5



Sumber : Ulasan Konsumen Alfamidi Cabang Aluminium Raya

Berdasarkan Tabel 1.5 mengenai ulasan iklan yang ada di Alfamidi Cabang Aluminium Raya sesuai dengan kenyataan yang ada, bahwa adanya ketidakpuasan konsumen terhadap iklan yang ditampilkan Alfamidi Cabang Aluminium Raya. Masih terdapat ulasan-ulasan negative itu mengenai iklan yang ditampilkan Alfamidi Cabang Aluminium Raya tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, diantara beberapa konsumen berpendapat adanya faktor ketidak sesuaian iklan Alfamidi Cabang Aluminium Raya. Iklan Alfamidi Cabang Aluminium Raya juga tidak menanggapi respon konsumen, dilihat dari adanya ulasan yang mengenai iklan tidak sesuai dengan realitanya, produk mana yang diiklankan karyawan selalu bling tidak ada. Dalam hal ini tentu saja iklan dari Alfamidi Cabang Aluminium Raya tidak memahami kendala apa saja yang dibutuhkan konsumen. Tentu saja ini menjadi tugas untuk iklan yang ditampilkan alfamidi cabang aluminium raya. Konsumen berhak mendapatkan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan konsumen sebagai mana haknya.

Penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu variabel iklan pada penelitian yang dilakukan Galih Jananuraga & Nina Eka

Lestari, (2020) Iklan, Citra Merek, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian menunjukkan iklan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan penelitian yang dilakukan Losung & Wenas, (2022) pengaruh kualitas produk, iklan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pengguna kartu prabayar telkomsel di kecamatan pasan menunjukan Iklan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil pada penelitian yang dilakukan Purwati et al., (2019) Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Rumah Mebel Pekanbaru menunjukkan iklan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. dan penelitian yang dilakukan Monika & Prabowo, (2013) Pengaruh Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek Di PT Cipta Skynindo menunjukkan iklan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas dan dengan teori-teori yang telah dijelaskan oleh penulis, maka dari itu berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan penulis diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Iklan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Alfamidi Cabang Aluminium Raya)**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan identifikasi masalah dalam penelitin ini:.

1. Ditemukan bahwasanya terdapat penurunan kepuasan konsumen akibat dari banyak faktor diantaranya faktor penilaian pelayanan yang masih kurang, sistem faktor harga yang tidak sesuai dan juga faktor para pegawai Alfamidi itu sendiri.
2. Terdapat penilaian yang kurang baik dari konsumen dari sistem pelayanan yang diterapkan oleh para pegawai yang bekerja di Alfamidi Cabang Aluminium Raya.
3. Adanya perbedaan harga beberapa produk yang di jual di Alfamidi dengan ukuran yang sama dengan harga produk perusahaan retail lainnya seperti Indomaret dan Swalayan Maju Bersama.
4. Sistem periklanan yang dilakukan oleh pihak alfamidi kurang efektif sehingga berdampak pada jumlah konsumen yang berkunjung.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitin ini:

1. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Alfamidi Cabang Aluminium Raya)?
2. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Alfamidi Cabang Aluminium Raya)?
3. Apakah Iklan Berpengaruh Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Alfamidi Cabang Aluminium Raya)?

4. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga Dan Iklan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Alfamidi Cabang Aluminium Raya)?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Alfamidi Cabang Aluminium Raya).
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Alfamidi Cabang Aluminium Raya).
3. Untuk mengetahui apakah iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Alfamidi Cabang Aluminium Raya).
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Alfamidi Cabang Aluminium Raya).

1.5 Manfaat Penelitian

Suatu penelitian atau karya ilmiah tentunya diharapkan dapat memberikan kontribusi atau manfaat baik secara langsung atau tidak langsung bagi para pembacanya. Berikut beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian atau karya ilmiah ini yaitu:

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini menjadi bahan dasar mempraktekkan metode yang dipelajari selama perkuliahan serta menambah wawasan dan pengetahuan terutama pada yang berkaitan dengan sistem pemasaran yang disesuaikan dengan objek penelitian.

2. Bagi Universitas

Dengan adanya penelitian ini terutama bagi manajemen pemasaran dapat menambah ilmu dan pengetahuan.

3. Bagi Perusahaan

- 1) Dengan adanya penelitian ini agar pihak perusahaan mendapatkan masukan dan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan perusahaan nya terutama membahas mengenai Kualitas Pelayanan, Harga dan Iklan terhadap Kepuasan Konsumen.
- 2) Dengan adanya penelitian ini diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menjadi bahan referensi yang nantinya dapat mempermudah terutama pada penulisan proposal skripsi yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan, Harga dan Iklan terhadap Kepuasan Konsumen.