

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran adalah bagian penting dalam kegiatan perusahaan untuk menjalankan usahanya persaingan, perusahaan harus mengemangkan strategi pemasarannya agar dapat bertahan dalam usaha yang sangat tinggi sehingga berdampak pada persaingan usaha yang sejenis.

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa Pemasaran mennjadi semakin penting dengan seamakin meningkatnya penegtahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing dari waktu ke waktu yang semakin meningkat.

Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara dan falsalah yang terlibat didalamnya. Cara dan falsalah baru ini disebut konsep pemasaran (*marketing concept*) mengatakan bahwa kunci untk meweujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan (*customer value*) pada pasar sasarannya secara lebih efekfif dibandingkan pada pesaing. [2]

Dengan melihat hal-hal tersebut, maka agar dapat menyusun strategi yang tepat dalam menemukan pelanggan Rahils Shoes perlu kiranya mengetahui pengaruh marketing mix yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan. Berikut beberapa foto produk dari Rahils Shoes pada gambar dibawah ini:



Kode: AM02



Kode: AM07



Kode: AM08



Kode: AM09



Kode: SY208



Kode: SY209

Gambar 1. 1 Foto produk Rahils Shoes

Pada gambar 1.1 ditampilkan foto produk Rahils Shoes dengan kode yang telah ditetapkan. Rahils *Shoes* berdiri pada Agustus 2021 dan dibuka pada September 2021. Dirintis oleh seorang usahawan yang sudah berpengalaman dibidang pembuatan sandal dan mempekerjakan enam orang yang pernah dan berpengalaman dalam bidang tersebut. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang tinggi, saat ini pabrik sandal Rahils *Shoes* harus memiliki strategi untuk membuat keunggulan dari pesaingnya dengan tujuan agar konsumen puas dengan produk sandal Rahils *Shoes* yang diproduksi.

Dari uraian di atas, maka penelitian ini diteliti secara lebih lanjut dengan mengambil judul **“Pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan Konsumen pada Pelanggan Rahils Shoes”**

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian tugas akhir ini adalah:

1. Apakah Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan Rahils *Shoes*?
2. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan Rahils *Shoes*?
3. Apakah Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan Rahils *Shoes*?
4. Apakah Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan Rahils *Shoes*?
5. Apakah Orang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan Rahils *Shoes*?
6. Apakah Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan Rahils *Shoes*?
7. Apakah Proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan Rahils *Shoes*?

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penulisan ini, masalah yang akan dibahas hanya terbatas pada marketing mix yang terdiri dari 7 variabel, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), lokasi (*place*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*Process*) terhadap variabel kepuasan konsumen pelanggan sandal Rahils *Shoes*.

1.4 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah proses atau cara untuk mendapatkan data yang digunakan. Metodologi penelitian juga dipergunakan untuk keperluan penelitian menganalisis data yang digunakan secara sistematis dan terorganisasi dalam menjawab permasalahan yang ada.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan *Rahils Shoes*?
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan *Rahils Shoes*?
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan *Rahils Shoes*?
4. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan *Rahils Shoes*?
5. Untuk mengetahui apakah orang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan *Rahils Shoes*?
6. Apakah Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan *Rahils Shoes*?
7. Apakah Proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan *Rahils Shoes*?

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, perumusan masalah, manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori antara lain: Penelitian terdahulu, perilaku konsumen, bauran pemasaran, strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, strategi promosi, strategi karyawan, bukti fisik, strategi proses, kepuasan konsumen dan kerangka berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, Bab ini menjelaskan mengenai ruang lingkup penelitian, metode penentuan sampel, metode SEM, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan metode analisa data.

BAB IV PENGUMPULAN DATA DAN HASIL, Bab ini menjelaskan mengenai gambaran objek secara umum serta pembahasan dan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.