

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi merujuk pada perubahan dan inovasi dalam bidang teknologi yang terjadi dari waktu ke waktu. Teknologi melibatkan penerapan pengetahuan dan keterampilan untuk merancang, menciptakan, dan menggunakan alat, mesin, perangkat lunak, serta berbagai sistem yang meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas kehidupan manusia. Hal tersebut juga mencakup segala hal, mulai dari perkakas sederhana hingga sistem informasi kompleks dan inovasi revolusioner.

Teknologi tidak hanya mencakup benda-benda fisik, tetapi juga proses, ide, dan konsep yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Pengembangan teknologi terus berkembang seiring waktu, membentuk budaya, masyarakat, dan cara kita berinteraksi dengan lingkungan sekitar (Datanesia, 2023). Inovasi teknologi lainnya telah terbukti dapat meningkatkan, membantu, dan mempermudah pekerjaan manusia baik dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, dan sebagainya. Perkembangan ini ditandai dengan masuknya berbagai produk teknologi seperti smartphone dan tablet yang menawarkan fitur-fitur canggih, mulai dari komunikasi melalui aplikasi, akses media sosial, hingga *e-commerce* (Hadi, 2021).

Perkembangan teknologi di Palembang, seperti di banyak kota besar lainnya di Indonesia, telah mengalami kemajuan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Teknologi telah mulai mempengaruhi berbagai sektor, termasuk pemerintahan, bisnis, pendidikan, dan infrastruktur kota (Bappeda, 2023). Teknologi informasi telah membantu meningkatkan efisiensi bisnis, khususnya UMKM, yang menjadi salah satu sektor pendorong ekonomi selama pandemi. Meski investasi asing menurun, sektor UMKM di Palembang mengalami pertumbuhan pesat, dengan omzet dan jumlah usaha yang meningkat (Datanesia, 2022).

Kemajuan teknologi di Palembang yang berkembang pesat juga telah menciptakan perubahan besar dalam sektor bisnis di Era digital membawa tantangan baru bagi perusahaan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi guna memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin berkembang. Salah satu contoh perusahaan yang berhasil beradaptasi dengan perubahan ini adalah MDP IT *Superstore*.

MDP IT & *Electronic Superstore* merupakan salah satu toko IT terbesar di Palembang yang didirikan pada tahun 2011 dengan konsep Mall IT. MDP IT *Superstore* telah berkembang pesat dan menawarkan berbagai produk IT serta elektronik dengan layanan tambahan seperti *e-katalog* dan platform online (MDP, 2023). Pada tahun 2014 terjadi perubahan nama menjadi MDP IT & *Electronic Superstore* mencerminkan perluasan jangkauan bisnis yang mencakup produk elektronik selain produk IT. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, MDP IT & *Electronic Superstore* harus memastikan

bahwa mereka tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas tetapi juga mampu memenuhi harapan pelanggan melalui berbagai faktor seperti harga, citra merek, keragaman produk, dan kualitas pelayanan. Dengan tagline "*Everyday Surprise*," MDP berusaha untuk memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan dan menghadirkan kejutan bagi pelanggan setianya (MDP, 2023). Berikut penulis tampilkan lampiran data Pembeli selama 3 Tahun.

Tabel 1. 1 Data Pembeli Di MDP IT & Electronic Superstore Selama 3 Tahun

Tahun	Jumlah Pembeli
2021	83.994
2022	83.598
2023	87.168
Jumlah	254.760

Sumber: MDP IT & Electronic Superstore, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat data pengunjung yang datang di MDP IT & Electronic Superstore dengan total 254.760 selama 3 tahun. Dapat dilihat pada tahun 2021 pembeli yang melakukan transaksi di MDP IT Superstore sebanyak 83.994 tetapi pada tahun 2022 mengalami penurunan yang tidak terlalu signifikan karena pada tahun tersebut covid mulai mereda dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan karena banyaknya tingkat pengguna barang elektronik.

Keberhasilan MDP IT Superstore adalah hasil dari strategi adaptasi yang efektif terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan pasar. Dengan menggabungkan harga yang bersaing, citra merek yang kuat, keragaman

produk, dan kualitas pelayanan yang tinggi, MDP telah menciptakan fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan dan keberlanjutan. Namun, mereka harus tetap waspada terhadap tantangan yang ada dan terus berinovasi untuk menghadapi dinamika pasar yang selalu berubah. Berikut penulis lampirkan data pembelian dari MDP IT *Superstore*.

MDP IT *Superstore* tidak hanya bertahan di pasar tetapi juga terus mencari cara agar berkembang dengan menghadapi dan memanfaatkan tantangan yang ada, sehingga menjadikannya contoh sukses dari strategi bisnis dengan melihat adanya peluang untuk membesarkan nama perusahaan agar perusahaan dapat mengoptimalkan strategi bisnis mereka dan terus berkembang dalam pasar yang kompetitif. dalam hal menjual barang IT seperti laptop, tablet, *smartphone*, printer, *play station*, aksesoris IT, dan masih banyak lagi.

Table 1.2 Daftar SmartPhone,Printer,Tablet dan Lain-lain

No	Produk	Merek	Harga
1	SmarthPhone	Iphone 15	13.249.000
2	SmarthPhone	Xiaomi Redmi Note 13 Pro	3.499.000
3	Printer	Epson Ecotank L18050	8.599.000
4	Printer	Canon Pixma TR-4670S	1.549.000
5	Tablet	Samsung Galaxy Tab S9 Fe 5G	7.499.000

Perusahaan ini tentunya memiliki visi dan misi baik jangka panjang maupun jangka pendek. Perusahaan bertujuan menjadi pemimpin di bidang perdagangan IT & *elektronik* dengan fokus pada kepuasan pelanggan yang Dimana terdapat aspek pelayanannya untuk mempertahankan citra merek

perusahaan yang di mana pelayanan yang diberikan seperti service center yang menyediakan layanan perbaikan resmi untuk berbagai merek, termasuk layanan garansi, konsultasi, dan antar-jemput. Lalu kemudian pada bagian transaksi, yakni proses pembelian mudah dan aman, dengan berbagai metode pembayaran dan juga dengan harga yang terjangkau selain itu MDP IT *Superstore* memiliki berbagai macam produk yang di tawarkan seperti laptop, printer, handphone dan lain-lain sehingga pelanggan memiliki berbagai pilihan.

Memenuhi kebutuhan konsumen merupakan tujuan utama setiap perusahaan. Konsumen yang merasa puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari (Indrasari 2019, h.82). Menurut Kotler dan Keller dalam Indrasari (2019,h.92) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu Harga,Citra Merek,Keragaman Produk dan kualitas pelayanan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Indrasari (2019, h.90) mengatakan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kepuasan menjadi kunci dalam meningkatkan rasa puas pelanggan dengan memberikan produk dengan kualitas yang bagus sesuai dengan harga yang di tawarkan. Tingkat kepuasan pelanggan di MDP IT *Superstore* dapat dilihat dari pembeli yang sudah melakukan transaksi lebih dari 1x selain itu ada berbagai

aspek yang dapat mengukur tingkat kepuasan seperti Harga, Citra Merek, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan. Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik. Apabila pembeli merasa di permudah dalam melakukan transaksi cenderung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Harga merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, harga yang dianggap terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan kualitas produk dapat menurunkan tingkat kepuasan. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Yosef (2022, h;18) Harga yaitu bagaimana pelanggan dalam melihat harga yang tinggi dan rendah yang memiliki pengaruh besar pada kepuasan pelanggan. Harga juga sebagai penentu utama permintaan pasar sehingga harga mempengaruhi posisi pesaing atau saham pasar dari perusahaan.

Menurut Kotler dalam Firmansyah (2019 h.64) citra merek merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa dan perusahaan dari merek yang dimaksud Citra yang baik akan menimbulkan dampak positif bagi perusahaan, sedangkan citra yang buruk melahirkan dampak negatif dan melemahkan kemampuan perusahaan dalam persaingan. Citra merek yang baik akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap toko tersebut. Pelanggan yang memiliki pandangan positif terhadap MDP IT *Superstore* kemungkinan besar akan merasa lebih puas dengan layanan dan produk yang mereka dapatkan.

Menurut Asep dan Jenni Anggraeni dkk dalam Indrasari (2019, h.29) Keragaman produk adalah kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif, sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja konsumen. Keragaman produk memungkinkan pelanggan untuk memiliki lebih banyak pilihan. Semakin banyak produk yang ditawarkan, semakin besar peluang bagi pelanggan untuk menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Doloksaribu et al (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pelanggan Toko Elektronik Mickim Tech di Kota Gorontalo” menyimpulkan bahwa terdapat Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko MICKIM TECH di Kota Gorontalo

Hasil penelitian yang dilakukan Brilian Catur Sukma (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Syailendra Elektronik)” menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Syailendra Elektronik.

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Budi Yanto (2021) yang berjudul “Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mdp It & *Electronic Superstore* Di Palembang” menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh Harga, Keragaman

Produk Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan Anisa Warih K (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Survey Pada Pelanggan Toko Matahari Elektronik Di Sleman” menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian Wisni Mahendri (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Citra merek Terhadap Kepuasan pelanggan (Studi pada jasa transportasi gojek online di sidoarjo” menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas layanan, terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan variabel Harga dan Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian Elisa Crimson (2022) yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Viva Bakery, Total Persada - Tangerang” menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel keragaman produk, terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan variabel Harga dan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas dan latar belakang masalah yang ada, maka peneliti tertarik untuk meneliti MDP IT *Superstore* dengan judul “**Pengaruh Harga, Citra Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Harga, Citra Merk, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan MDP IT *Superstore* Secara Parsial?
2. Bagaimana Pengaruh Harga, Citra Merk, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di MDP IT & *Superstore* Secara Simultan?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang sebelumnya, maka di dapatkan ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Independen pada penelitian ini terdiri atas Harga, Citra Merek, Keragaman Produk dan Kualitas layanan.
2. Variabel Dependen pada penelitian ini terdiri dari Kepuasan Pelanggan.
3. Responden dalam penelitian in merupakan pelanggan yang membeli produk yang ada di MDP IT *Superstore*.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Harga, Citra Merk, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan MDP IT *Superstore* Secara Parsial.
2. Untuk menganalisis pengaruh Harga, Citra Merk, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan MDP IT *Superstore* Secara Simultan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 Memberikan wawasan yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga MDP IT *Superstore* dapat meningkatkan strategi bisnis mereka, memperbaiki harga, memperluas keragaman produk, dan meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 Menyediakan data dan temuan yang dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh faktor-faktor serupa terhadap kepuasan pelanggan di sektor ritel teknologi dan elektronik.
3. Bagi Akademisi
 Menambah pengetahuan mengenai hubungan antara harga, citra merek, keragaman produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, serta memberikan kontribusi terhadap literatur akademis di bidang manajemen bisnis dan pemasaran.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN:

Pada bab ini peneliti membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penelitian membahas mengenai tinjauan Pustaka antara lain landasan teori yang dibahas yaitu pengaruh Harga, Citra Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan MDP IT *Superstore*. Penelitian ini juga membahas mengenai penelitian sebelumnya juga menurut teori para ahli serta teori yang dipakai, membuat kerangka pemikiran dari rumusan masalah dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penelitian membahas objek metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, jenis data, Teknik pengumpulan data dan analisis data dalam pengambilan sampel dan populasi yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai pengolahan terhadap data yang telah diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis. Di dalam bab ini

terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan penulis juga akan menuliskan saran bagi perusahaan, peneliti selanjutnya, serta bagi penulis sendiri.

