

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan ekonomi pada saat ini memang sangat pesat, terbukti banyaknya cabang bisnis yang digeluti orang-orang saat ini. Hal tersebut membuat persaingan antar usaha begitu ketat, sehingga para pelaku usaha berusaha agar usaha atau bisnis mereka tidak kalah dengan pelaku usaha lain. Oleh karena itu, mereka memutar otak bagaimana caranya agar usaha atau bisnis mereka tetap bertahan. Salah satu cara agar sebuah usaha atau bisnis berjalan adalah memperhatikan harga yang ditawarkan dan kualitas pelayanan terhadap para pelanggan atau konsumen. Hal tersebut dilakukan agar para pelanggan bisa puas dan datang kembali lagi untuk berbelanja.

Sebelum masuk ke definisi harga dan kualitas pelayanan, dalam Islam jual beli diperbolehkan asal sesuai dengan aturan jual beli yang telah ditentukan oleh Islam. Seperti dalam kaidah Fiqih berikut :

**الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا يَدُلُّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا**

*“Pada dasarnya semua muamalah boleh dilakukan, terkecuali ada dalil yang mengharamkannya” (Azhari, 2015, hlm. 135)*

Untuk itu terlebih dahulu jikalau ingin menekuni dunia jual beli, sebagai muslim harus tahu apa-apa saja yang dihalalkan dan diharamkan untuk diperjualbelikan baik itu barang yang akan dijual, akad-akadnya, syarat-syaratnya, rukun-rukunnya dan sebagainya agar kegiatan jual beli yang dijalankan mendapatkan ridho dan berkah dari Allah Swt.

Sebagai negara dengan umat muslim terbanyak di Indonesia, wajib mengetahui apa-apa saja yang dihalalkan dan diharamkan oleh Islam, tidak hanya untuk penjual tapi pembeli juga harus mengetahui aturan untuk membeli apapun. Pembeli atau konsumen harus mengetahui barang atau jasa apa yang ia beli apakah itu halal atau haram dalam Islam, karena kalau sampai mengonsumsi barang atau jasa yang diharamkan oleh agama Islam maka haram hukumnya.

Menurut Swastha dan Irawan (2008), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga dapat mempengaruhi permintaan dari pelanggan, karena apabila si pelanggan tahu kalau harga di tempat bisnis kita lebih mahal dari yang lain maka pelanggan tersebut tidak ingin lagi berbelanja di tempat kita, namun apabila harganya sesuai dengan kualitas barang yang kita tawarkan atau kualitas pelayanan yang kita lakukan maka pelanggan akan membeli lagi produk kita tawarkan.(hlm. 131)

Penentuan harga ini sangat penting karena akan mempengaruhi tingkat profitabilitas dan kontinuitas usaha dalam jangka panjang. Tujuan penetapan harga oleh penjual adalah : (1) meningkatkan penjualan, (2) mempertahankan dan memperoleh market share, (3) stabilisasi harga, (4) mencapai target pengambilan investasi, (5)mencapai laba maksimum, dan sebagainya. (Swastha dan Irawan, 2008, hlm. 242)

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan/konsumen. Harapan konsumen sebelum membeli adalah untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang berkualitas akan menarik konsumen dan berdampak pada pembelian ulang, meningkatkan penjualan. Bagi konsumen, harga sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa. Pembeli menggunakan harga tidak hanya sebagai ukuran pengorbanan, tetapi juga sebagai indikator kualitas produk dan layanan mereka. (Lovelock, Wirtz, dan Mussry, 2010, hal: 104)

Harga dan kualitas layanan merupakan faktor-faktor yang sangat mendukung dalam kepuasan konsumen atau pelanggan, apabila faktor-faktor tersebut terpenuhi dengan baik maka konsumen atau pelanggan akan merasa puas. Oleh karena itu, para pegiat usaha harus mengutamakan faktor-faktor tersebut agar usaha yang ditekuni bisa berjalan dengan baik.

Secara umum konteks kepuasan pelanggan adalah harapan pelanggan keyakinan atau evaluasi pelanggan tentang apa yang akan mereka terima baik secara verbal maupun nonverbal. Harapan pelanggan ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman pembelian sebelumnya. Harapan pelanggan sebelumnya berkembang dari waktu ke waktu dengan meningkatnya pengalaman dan pengetahuan klien, pada dasarnya harapan pelanggan yang paling penting adalah kepuasan pelanggan. (Maulana, 2016, hlm. 114)

Untuk itu kepuasan pelanggan sangat diperhatikan, jangan sampai membuat pelanggan kecewa dengan barang atau jasa yang telah diberikan karena itu membuat usaha yang dijalankan tidak bisa berjalan dengan baik. Maka dari itu, diusahakan melayani pelanggan dengan ramah dan sepenuh hati serta misalnya ada keluhan pelanggan, dengarkan baik-baik, ini akan berpengaruh untuk perkembangan dan kemajuan yang dijalankan.

Memang jual beli hukumnya mubah dalam Islam, tetapi hukum mubah ini bisa menjadi haram karena beberapa hal, salah satunya melalaikan sholat. Jangan sampai jual beli yang dilaksanakan melalaikan tugas sebagai hamba Allah dan jadikan jual beli sebagai ladang ibadah misalkan dari hasil penjualan hari ini di sedekahkan kepada orang-orang yang membutuhkan. Seperti firman Allah Swt di bawah ini :

( Q.S. al- Ankabut / 29 : 17)

إِنَّمَا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ أَوْثَانًا وَتَخْلُقُونَ إِفْكًا  
إِنَّ الَّذِينَ تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ لَا يَمْلِكُونَ لَكُمْ  
رِزْقًا فَابْتَغُوا عِنْدَ اللَّهِ الرِّزْقَ وَاعْبُدُوهُ وَاشْكُرُوا لَهُ  
إِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

Artinya :

*“Sesungguhnya apa yang mereka sembah di sisi Allah adalah berhala, dan mereka mengada-ada. Lihat, orang-orang yang kamu seru selain Allah tidak dapat memberimu rezeki. Maka mintalah pertolongan Allah, sembahlah Dia dan bersyukurlah kepada-Nya, hanya kepada-Nyalah kamu dikembalikan.”*

(Q.S. an-Nur / 24 : 36-37)

فِي بُيُوتٍ أُذِنَ لِلَّهِ أَنْ تَرْفَعَ وَيُذْكَرَ فِيهَا أَسْمُهُ يُسَبِّحُ لَهُ  
فِيهَا بِالْغُدُوِّ وَالْآصَالِ ۖ رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ  
عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ ۖ يَخَافُونَ يَوْمًا  
تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

Artinya :

*“Mengagungkan Allah di masjid-masjid yang diperintahkan untuk dimuliakan dan di dalamnya disebutkan nama-Nya, pagi dan*

*petang, orang yang tidak gegabah dalam perniagaan atau (bahkan) dalam jual beli karena mengingat Allah dan (tentang) shalatnya, dan membayar zakat. Mereka takut akan hari ketika hati dan mata akan goyah.”*

Toko H. Rasyid merupakan sebuah toko yang menjual berbagai peralatan besi dan pertukangan yang terletak di daerah Pasar Marabahan. Dibangun dari nol sampai sekarang dengan mengutamakan kualitas pelayanan dan harga yang cukup bersaing membuat Toko H. Rasyid ini laris manis. Dan produk-produk peralatan besi dan pertukangan pun cukup banyak tak heran Toko H. Rasyid ini banyak diserbu para pelanggan yang mencari alat-alat besi dan pertukangan tersebut. Beliau sendiri yang mengelola usaha ini dari 30 tahun lalu hingga sekarang tanpa pegawai tapi istri beliau juga sering membantu usaha beliau hingga usaha yang beliau jalankan ini bisa maju.

Alasan peneliti mengambil penelitian ini ditempat beliau adalah karena jenis usaha seperti ini sangat jarang diteliti dan usaha yang ditekuni beliau selama lebih dari 30 tahun ini cukup sukses dan dengan usaha ini juga beliau mampu menyekolahkan kelima anak beliau dan salah satu anak beliau juga bersekolah di luar negeri. Oleh karena itu, peneliti terinspirasi dan temotivasi untuk meneliti usaha beliau ini. Dengan penjelasan latar belakang di atas, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN**

**KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP TOKO PERALATAN BESI DAN  
PERTUKANGAN H. RASYID MARABAHAN.”**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas maka disimpulkan rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Toko Peralatan Besi dan Pertukangan H. Rasyid Marabahan secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Peralatan Besi dan Petukangan H. Rasyid Marabahan secara parsial?
3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Peralatan Besi dan Pertukangan H. Rasyid Marabahan secara simultan ?

**C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas dapat disimpulkan tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui harga terhadap kepuasan konsumen Toko Peralatan Besi dan Pertukangan H. Rasyid Marabahan secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Peralatan Besi dan Petukangan H. Rasyid Marabahan secara parsial.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan dan kualitas pelayanan konsumen Toko Pealatan Besi dan Pertukangan H. Rasyid Marabahan secara simultan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Dari penelitian yang dilakukan ini, diharapkan berguna sebagai:

1. Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengenalan ide atau pengayaan konsep, teori-teori ilmu dari penelitian yang sesuai dengan bidang ilmu penelitian.
2. Secara praktis diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memperoleh manfaat bagi masyarakat dan juga para mahasiswa yang ingin mengetahui secara mendalam tentang Ekonomi Islam, serta menjadi bahan informasi bagi peneliti lain yang ingin meneliti permasalahan yang serupa tetapi di dalam aspek yang berbeda.

#### **E. Definisi Operasional**

Di dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) atau X dan variabel terikat atau Y (*dependent variable*). Variabel X nya ada dua yaitu “harga” sebagai  $X^1$  dan “kualitas pelayanan” sebagai  $X^2$  dan untuk “kepuasan konsumen” sebagai variabel Y.



### **1. Harga ( $X^1$ )**

Harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk menerima suatu produk atau jasa. Harga mempengaruhi citra dan strategi *positioning*. Ini adalah elemen penting dalam memasarkan produk bergengsi yang menekankan citra eksklusivitas, kualitas, dan harga. Konsumen cenderung mengasosiasikan harga dengan tingkat kualitas produk. harga yang mahal di persepsikan mencerminkan kualitas yang tinggi dan sebaliknya, karena itu tidak mengherankan jika harga dari suatu produk spesial sangatlah mahal harganya. (Saladin, 2003, hlm. 94)

### **2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )**

Jasa merupakan produk tidak berwujud (*intangible*) yang dihasilkan dari kegiatan timbal balik antara penyedia jasa (*producer*) dan penerima jasa (*customer*) melalui satu atau lebih kegiatan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. (Oka, 2001, hlm.1)

### **3. Kepuasan Konsumen (Y)**

Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas pembelian oleh pelanggan tersebut. Dengan menciptakan tingkat kepuasan pelanggan yang optimal, maka

mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang puas. Kepuasan diukur dengan seberapa baik harapan pelanggan terpenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan merupakan ukuran dari apa yang ingin dibeli kembali oleh pelanggan. (Nugroho, 2015, hlm. 162)

#### **F. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian dilakukan oleh Safrizal Fakultas Ekonomi Universitas Samudra Aceh pada pelanggan Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa dengan variabel penelitian harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga dan kualitas pelayanan secara parsial dan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 100 orang yang merupakan pelanggan pada restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda, uji t dan uji F serta determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian diperoleh  $KK = 0,620 + 0,801H + 0,150KP$ . Uji secara parsial (uji t), pada variabel harga, t hitung > t tabel yaitu  $12,050 > 1,984$  dan dapat dinyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis. Pada variabel kualitas pelayanan, t hitung > t tabel yaitu  $2,174 > 1,984$  dan dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis. Uji F, F hitung dan F tabel dapat di ketahui pada tabel 4.9, dan perolehan diketahui F hitung > F tabel ( $94,240 > 3,938$ ) dan dapat dinyatakan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Ayam Penyet Pak Ulis. Koefisien determinasi diperoleh  $R^2$  sebesar 0,660 atau sebesar 66% variabel harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis.

Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu ini adalah jenis penelitian yang digunakan yaitu campuran penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif sedangkan penulis hanya menggunakan penelitian kuantitatif. Persamaannya adalah variabel independen dan dependen yang digunakan, variabel independennya harga dan kualitas pelayanan sedangkan variabel dependennya kepuasan konsumen atau pelanggan.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Rina Sukmawati dari Universitas Negeri Yogyakarta Fakultas Ekonomi jurusan Pendidikan Ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Garden Cafe* Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen *Garden Cafe* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah

regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Garden Cafe* dengan nilai signifikansi sebesar 0,011; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen *Garden Cafe* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000; (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Garden Cafe* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000; (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen *Garden Cafe* dengan nilai Fhitung sebesar 83,089 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sebesar 72,2%, sedangkan sisanya 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Adapun perbedaan penelitian terdahulu ini adalah pada variabel  $X^1$  diteliti adalah kualitas produk sedangkan penulis adalah harga sedangkan persamaannya adalah teknik pengambilan sampelnya dengan teknik *incidental sampling*.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Cyntia Violita Wijaya dari Universitas Kristen Petra jurusan Manajemen Bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk serta mengetahui faktor mana yang berpengaruh dominan. Dalam

pengumpulan data, peneliti menyebarkan 100 kuisioner kepada konsumen dari Depot Bu Rudy. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan maupun simultan terhadap kepuasan konsumen di Depot Bu Rudy. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu ini adalah penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* yaitu kumpulan informasi-informasi anggota-anggota populasi dengan setuju mau memberikan informasikan tersebut sedangkan penulis menggunakan teknik *sampling insidental*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan/kebetulan dapat digunakan sebagai model, apabila orang yang ditemui dianggap sesuai. sebagai sumber data dan persamaannya adalah dalam pengukuran variabel penelitiannya menggunakan skala *likert*.

## **G. Sistematika Penulisan**

Tujuan daripada penulisan sistematika penelitian ini adalah agar penulisan penelitian ini lebih sistematis dan terarah, serta sesuai dengan pokok permasalahan. Agar para pembaca lebih nyaman dalam memahami penelitian ini. Dibawah ini adalah sistematika penelitian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika penelitian.

Bab II Landasan Teori, yang memuat berupa subbab teori mendalam dari variabel- variabel yang diteliti.

Bab III Metode Penelitian, yang memuat jenis pendekatan dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan tahapan penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang memuat hasil penelitian apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Bab V Penutup, yang memuat hasil kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan dan saran