BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut (Yunia, 2017, hal. 3) "Bisnis merupakan pertukaran barang dan jasa dengan metode transaksi uang tunai maupun non tunai yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis merupakan kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial dengan tujuan mendapatkan keuntungan (laba). Kegiatan bisnis yang semakin banyak dilakukan oleh orang membuat persaingan bisnis menjadi ketat (termasuk bisnis ponsel). Dengan adanya persaingan bisnis tersebut membuat pelaku bisnis harus mempunyai strategi bisnis yang bagus demi mengembangkan dan mempertahanan bisnisnya Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian"[1] "Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya"

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah pola hidup masyarakat secara signifikan. Salah satu dampak nyata

[1] Dabella Yunia, "PENGARUH KONSENTRASI KEPEMILIKAN, KOMISARIS INDEPENDEN, DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP EARNING PER SHARE (EPS)," *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu* 11, no. 1 (2018), https://doi.org/10.35448/jrat.v11i1.4159.

dari perubahan ini adalah meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap penggunaan handphone (HP), khususnya yang berbasis smartphone. Kini, fungsi handphone tidak lagi terbatas sebagai alat komunikasi suara dan pesan singkat, melainkan telah menjadi sarana utama untuk mengakses berbagai layanan digital seperti media sosial, belanja online, layanan perbankan, hiburan, hingga pembelajaran daring.

Agar seluruh fungsi smartphone dapat diakses secara optimal, kuota internet menjadi elemen yang sangat vital. Kuota internet memungkinkan pengguna untuk terhubung ke jaringan global dan memanfaatkan berbagai aplikasi berbasis internet. Dengan kata lain, tanpa kuota internet, sebagian besar fungsi smartphone tidak dapat digunakan secara maksimal. Oleh karena itu, penggunaan kuota internet telah berkembang menjadi kebutuhan wajib bagi setiap pengguna handphone.

Fenomena ini tidak hanya terjadi di kota besar, tetapi juga merambah hingga ke pelosok desa. Masyarakat dari berbagai kalangan usia dan profesi kini mengandalkan koneksi internet untuk menunjang aktivitas harian mereka. Mulai dari pelajar yang mengikuti pembelajaran daring, pekerja yang bekerja secara remote, hingga pelaku usaha yang menjalankan bisnis melalui platform digital—semuanya bergantung pada kuota internet.

Kebutuhan akan kuota internet yang terus meningkat juga berdampak pada perubahan perilaku konsumsi masyarakat. Banyak pengguna HP yang secara rutin membeli kuota internet bahkan lebih dari satu kali dalam sebulan. Hal ini mencerminkan bahwa kuota internet bukan lagi kebutuhan sekunder

atau pelengkap, melainkan telah menjadi kebutuhan pokok yang sejajar dengan kebutuhan dasar lain seperti listrik atau air bersih.

Melihat kondisi tersebut, pelaku usaha ponsel perlu menjadikan penjualan kuota internet sebagai salah satu layanan utama. Tidak hanya menjual perangkat handphone, namun juga menyediakan layanan isi ulang data internet secara cepat, mudah, dan terpercaya. Dengan demikian, toko ponsel dapat menjadi solusi terpadu bagi kebutuhan komunikasi digital masyarakat.

Dalam perkembangan dunia usaha saat ini, pelaku bisnis dituntut untuk lebih inovatif dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat. Salah satu bentuk inovasi tersebut terlihat pada bisnis penjualan ponsel yang tidak hanya berfokus pada transaksi jual beli perangkat, tetapi juga mengintegrasikan layanan keuangan seperti Agen BRILink. Usaha ponsel yang bekerja sama dengan BRILink mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen, khususnya di daerah yang akses ke layanan perbankan masih terbatas. Dengan menyediakan layanan seperti transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga tarik tunai melalui Agen BRILink, pelaku usaha ponsel dapat memperluas jangkauan layanan, menarik lebih banyak pelanggan, serta meningkatkan pendapatan secara signifikan. Integrasi ini menjadikan toko ponsel bukan hanya sebagai tempat jual beli perangkat komunikasi, tetapi juga sebagai pusat layanan keuangan masyarakat yang praktis dan terpercaya.

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat telah menjadikan ponsel sebagai kebutuhan utama dalam kehidupan masyarakat modern. Ponsel tidak lagi hanya digunakan untuk melakukan panggilan dan mengirim pesan,

melainkan telah menjadi alat multifungsi yang mendukung berbagai aktivitas sehari-hari seperti akses informasi, media sosial, pembayaran digital, navigasi, hingga pekerjaan. Seiring meningkatnya kebutuhan tersebut, bisnis penjualan ponsel dan layanan terkait pun mengalami pertumbuhan yang pesat dan menjadi salah satu sektor usaha yang menjanjikan.

Namun, di tengah ketatnya persaingan pasar, pelaku usaha ponsel dituntut untuk lebih inovatif dan strategis agar mampu menarik dan mempertahankan konsumen. Salah satu kunci keberhasilan dalam bisnis ponsel adalah kepuasan konsumen, yaitu sejauh mana produk dan layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Kepuasan konsumen memiliki peran penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan menjaga kelangsungan usaha.

Terdapat beberapa faktor utama yang berkontribusi langsung terhadap kepuasan konsumen dalam usaha ponsel penyedia layanan, di antaranya adalah promosi, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan. Ketiga aspek ini saling berkaitan dan harus dikelola secara optimal.

Menurut (Kurtz, 2000) “promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhui suatu keputusan pembelian. Penentuan Promosi juga harus melihat bagaimana kelengkapan produk atau barang yang akan dijual, karena kelengkapan produk berpengaruh terhadap promosi dan minat konsumen untuk melakukan pembelian”

Menurut Raharjani yang dikutip dari (Hidayat, 2020) “mengemukakan bahwa kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di pasaran

dan ketersediaan barang-barang tersebut dipasaran. Indikator dari kelengkapan produk seperti keragaman produk yang dijual, Variasi produk yang dijual, ketersediaan produk yang dijual, dan macam merek yang tersedia. Kelengkapan produk yang disediakan oleh produsen dipasaran dapat memberikan banyak pilihan kepada konsumen untuk membandingkan beberapa alternatif yang tersedia. Dengan adanya kelengkapan produk membuat keputusan pembelian oleh konsumen menjadi lebih meningkat, karena banyak produk yang ditawarkan oleh produsen".

Menurut (Chandra, 2005) "Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu prodak atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan. Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang maka perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan jalan memeberikan pelayanan yang memeuaskan bagi konsumen maka dengan sendirinya konsumen merasa dihargai dan akan bersedia menjadi konsumen tetap".

" Kepuasan pengguna dapat dijelaskan sebagai penilaian setelah membeli bahwa pilihan yang diambil setidaknya memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pengguna. Dalam kajian tentang kepuasan pengguna, terdapat tiga bagian penting yang perlu diperhatikan. Pertama, kepuasan pengguna adalah sebuah reaksi. Kedua, reaksi itu berkaitan dengan fokus tertentu. Ketiga, reaksi tersebut terjadi pada waktu tertentu. Secara ringkas, hal

ini berhubungan dengan reaksi, fokus, dan waktu."[2]

Meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan melakukan promosi untuk menyampaikan informasi seputar produk atau jasa yang ditawarkan. Hal lain yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kelengkapan produk dan kualitas pelayanan dalam suatu bisnis. "Pelaku bisnis ponsel dituntut semaksimal mungkin dalam mengelola usahanya secara profesional dan efisien dalam menghadapi persaingan. Syarat utama yang harus dipenuhi pemilik perusahaan ponsel yaitu berusaha secara maksimal untuk mencapai tujuan dengan cara menciptakan pelanggan baru dan tetap meempertahankan pelanggan. Adapun dalam Islam, manusia harus berbisnis secaraa maksimal sebagaimana firman Allah Swt sebagai berikut":

هُوَ ٱلَّذِى جَعَلَ لَكُمُ ٱلْأَرْضَ ذَلُولًا فَٱمْشُوا۟ فِى مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا۟ مِن رِّزْقِهِۦ ۖ وَإِلَيْهِ ٱلنُّشُورُ

"Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan".

"Ayat tersebut memberikan pesan bahwa manusia diperintahkan untuk berbisnis secara maksimal guna mendapatkan rezeki dari Allah Swt. Peluang dan ancaman serta persaingan dalam berbisnis pasti ada. Dengan manajemen yang baik maka seorang pelaku pemilik bisnis dapat menerima, mengelola dan memecahkan serta mengambil manfaat atas bisnis yang dijalankan" (Aziz, 2016)74-75

[2] "Pengaruh Guided Imaginary Terhadap Penurunan Nyeri Pada Klien Gastritis di Wilayah Kerja Puskesmas di Banjarmasin," diakses 3 Juni 2025, https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=F4Yib6sAAAAJ&citation_for_view=F4Yib6sAAAAJ:qjMakFHDy7sC.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Promosi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Aulia Ponsel Rantau di Kabupaten Tapin"**

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana latar belakang yang telah di jelaskan di atas, maka perumsan masalah dalam penelitian ini adalah seagai berikut :

1. Apakah Promosi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara Simultan terhadap kepuasan Konsumen pada Aulia Ponsel Rantau di Kabupaten Tapin ?
2. Apakah Promosi, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara Parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Aulia Ponsel Rantau di Kabupaten Tapin

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 2 tujuan penelitian, diantaranya adalah:

1. Untuk dapat mengetahui secara signifikan Pengaruh Promosi, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Aulia ponsel.

2. Untuk memahami secara jelas dampak Promosi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Layanan secara terpisah terhadap kepuasan konsumen di Aulia Ponsel.

D. Signifikansi Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini diambil dari 2 sisi yaitu:

1. Kegunaan Teoritis / Akademisi :
    1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya dalam memahami pengaruh promosi, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM) di bidang penjualan ponsel.
    2) Hasil penelitian ini diharapan dapat digunakan untuk menjadi wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, pembaca dan masyarakat umum untuk mengetahui kepuasan konsumen secara lebih mendalam.
2. Kegunaan Praktisi
    1) Secara praktis, penelitian ini berguna bagi manajemen Aulia Ponsel Rantau sebagai bahan evaluasi dan dasar pengambilan keputusan strategis dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan mengetahui sejauh mana promosi, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh, pihak toko dapat merancang strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif untuk mempertahankan dan menarik konsumen.

2) Temuan dari studi ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam memperbaiki pertumbuhan usaha dan penjualan bagi para pelaku usaha, termasuk Aulia Ponsel, dalam merancang strategi bisnis yang efektif untuk menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian.
3) Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi tambahan bahan referensi untuk perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, dan juga untuk pihak lain yang membutuhkan studi ini.

E. Definisi Operasional

Untuk mencegah salah paham dan kesalahan dalam menentukan judul serta isu yang akan diteliti, penulis ingin menggunakan ini sebagai pedoman agar penelitian lebih terarah. Oleh karena itu, penulis menyusun definisi operasional yang berikut ini. :

1. Menurut Michael Ray dalam (Morissan, 2012) “Promosi adalah koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan”
2. Menurut (Kotler, 2008, hal. 347) “Kelengkapan Produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan atau dijual untuk dimiliki, dipakai atau di konsumsi oleh konsumen atau pelanggan yang dihasilkan oleh suatu produsen. Produk yang di beli oleh konsumen atau

pelanggan karena digunakan untuk memenuhi kebutuhannya atau memberi manfaat tertentu. Jadi, yang dimaksud dengan Kelengkapan Produk dalam penelitian ini adalah ketersedian produk yang lengkap dijual oleh Aulia Ponsel mulai dari harga, merk hingga kualitas produk"

3. Menurut (Amanah, 2010, hal. 79) "Peran pelanggan sangat penting artinya karena peran pelanggan berhubungan dengan masa depan bisnis. Kepuasan pelanggan dapat menentukan prespektif kinerja produksi perusahaan di masa yang akan datang.Untuk itu pelanggan merupakan faktor yang sangat penting sehingga perusahaan harus selalu berusaha untuk memuaskan para pelanggannya"
4. Menurut (Armstrong, 2012, hal. 428) pelayanan adalah: "*A service is any act of performance that one party can offer to another that essentially intabgible and does not result in ownership of anything is production may or may no be tied physical product".*Artinya layanan adalah setiap tindakan kinerja yang salah satu pihak dapat menawarkan yang lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun yang produksi mungkin atau mungkin tidak terikat produk fisik.
5. Menurut (Assauiri, 2015) "Kualititas Pelayanan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, akan menjadi citra positif bagi konsumen jika dilakukan dengan baik, pelayanan yang baik akan mendorong minat bagi konsumen. Memberikan pelayanan yang terbaik menjadikan tolak ukur bagi keberhasilan memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan

mendapatkan brand tersendiri dimata para konsumen. Pelayanan tersebut termasuk pelayanan menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan sebagainya. Pelayanan menjadi hal yang diharuskan bagi Aulia Ponsel untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumennya"

6. Kepuasan pelanggan memberikan efek yang baik bagi perusahaan, karena jika pelanggan merasa puas, mereka akan setia kepada perusahaan.
7. Menurut Kotler (2014, hal. 150) "kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan".

F. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan lebih terprogram dan dalam penulisan Proposal Skripsi, penting untuk mengikuti sistematika yang dibagi menjadi lima bab. Setiap bab memiliki beberapa sub bab, dan sistematika itu adalah sebagai berikut.:

Bab I berfungsi sebagai pengantar yang membahas latar belakang dari isu yang diteliti. Di sini, kerangka pemikiran dasar dijelaskan, berkaitan dengan masalah yang akan dilidik. Masalah-masalah yang diuraikan dalam bagian latar belakang ini kemudian dirumuskan menjadi rumusan masalah, yang akhirnya akan mengarah kepada tujuan penelitian sebagai hasil yang diharapkan. Untuk mendapatkan pemahaman yang jelas mengenai objek penelitian, peneliti mendefinisikan istilah-istilah yang memiliki makna luas melalui definisi operasional. Dalam rangka memudahkan penulisan skripsi, peneliti juga menyusun kajian dan sistematika penulisan.

Bab II memberikan dasar teori, yang menguraikan pemahaman mengenai masalah yang berkaitan dengan objek penelitian dengan mengandalkan teori-teori pendukung. Sumber-sumber ini dapat diperoleh dari buku atau referensi lain yang relevan dengan topik yang sedang diteliti, termasuk kutipan dari studi sebelumnya.

Bab III menggambarkan metode penelitian, yang menjelaskan cara pelaksanaan penelitian ini secara praktis. Dalam bagian ini, akan dibahas jenis, karakteristik, dan lokasi penelitian, serta sumber data dan jenis data itu sendiri, teknik pengumpulan data, dan analisis data, termasuk langkah-langkah

penelitian yang akan diambil.

Bab IV menyajikan temuan penelitian, yang mengumpulkan data dan analisis yang berkaitan dengan pertanyaan yang ada pada masalah yang dirumuskan.

Bab V, sebagai penutup, menyampaikan kesimpulan atau hasil dari penelitian dan memberikan rekomendasi saran.