

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Evolusi era korporasi ada banyak perkembangan yang cepat, dan bisnis dibawa ke pengadilan agar orang yang berkuasa dapat menggunakannya dengan benar. Pada akhir tahun lalu, teknologi digital mengubah cara konsumen berbelanja. Dengan bantuan internet dan *E-Wallet*, berbelanja, membandingkan harga, dan membayar semuanya kini menjadi mudah dari kenyamanan ponsel cerdas anda. Baik sebuah bisnis besar atau kecil, sumber daya manusia sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi dan memastikan bahwa bisnis memiliki akses terhadap teknologi mutakhir. Taktik kunci untuk tetap kompetitif dalam skala dunia adalah penciptaan sumber daya manusia, yang merupakan salah satu operasi utama bisnis pendorong[1].

Serangkaian fakta hal ini menyebabkan persaingan sengit antar bisnis, yang pada gilirannya meningkatkan populasi dan kemampuan teknologi bisnis tersebut. Tidak hanya teknologi dan informasi yang mengalami kemajuan pesat, namun sistem perdagangan baik di dalam negeri maupun internasional juga mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang luar biasa. Hal ini terlihat dari metode yang digunakan korporasi dalam memasarkan produknya. Perusahaan harus mampu membayar karyawannya secara adil jika ingin bisnis seperti ini tetap berjalan.

Dompet elektronik telah menjadi salah satu cara paling populer bagi pelanggan untuk membayar barang dan jasa dalam beberapa tahun terakhir. Dalam hal ini, penting untuk memahami perilaku pelanggan saat melakukan pembelian online. Pengembangan strategi pemasaran yang sukses dan memuaskan bergantung pada pemahaman menyeluruh tentang perilaku pelanggan. Dalam hal ini, bermanfaat bagi bisnis untuk memahami interaksi digital pelanggan dengan berbagai barang dan interior aluminium. Terdapat kekurangan informasi mengenai perilaku konsumen yang berkaitan dengan aluminium dan variasi produk interior, meskipun banyak penelitian mengenai perilaku konsumen secara umum. Jadi,

untuk mengisi kesenjangan dalam pemahaman kita, studi lebih lanjut harus dilakukan. Dompot elektronik, yang memungkinkan pengguna membayar menggunakan ponsel cerdas mereka, menjadi lebih populer sejak wabah COVID-19. Mengingat keadaan tersebut, penting untuk memahami perubahan perilaku pelanggan saat membeli berbagai barang dan interior aluminium. Pada sektor furnitur dan desain interior, jenis produk aluminium dan interior memegang peranan utama. Ada potensi besar yang belum dimanfaatkan di pasar barang yang memenuhi popularitas dompet elektronik yang semakin meningkat.

Di antara banyak pilihan model etalase dan interior yang tersedia bagi pelanggan perusahaan, baik aluminium maupun bagian dalam menghadapi persaingan yang ketat di pasar. Bisnis merencanakan segala sesuatu yang mungkin terjadi di dunia pemasaran dan periklanan ke depan sehingga dapat menjangkau audiens targetnya seefektif mungkin. Dari tahun ke tahun, pendapatan perusahaan naik atau turun tergantung perbaikan operasional yang dilakukannya.

Aktivitas bisnis sedang meningkat, oleh karena itu penting untuk melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana berbagai produk aluminium dan interior mempengaruhi kebahagiaan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan hal-hal seperti kualitas produk, harga, dan promosi saat memasarkan suatu produk. Memulai sebuah perusahaan tidaklah mudah, namun mempertahankan dan membangun perusahaan yang sudah ada jauh lebih sulit. Baik anda berada di dalam atau di luar organisasi, masalahnya akan selalu tampak bagus. Persaingan yang ketat memerlukan strategi dalam membangun dan mempertahankan suatu perusahaan, salah satunya adalah membuat pelanggan lebih bahagia, yang tentu saja akan menghasilkan lebih banyak penjualan. Jadi, itu saja pelanggan harus senang jika tidak, perusahaan akan mengalami konsekuensi negatif, seperti penurunan pendapatan dan hilangnya pelanggan. Bisnis harus berusaha untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan mereka karena mereka adalah aset perusahaan yang paling berharga.

Kepuasan terhadap analisis yang menilai sejauh mana suatu produk atau layanan memenuhi harapan dan persyaratan konsumen merupakan langkah penting dalam proses evaluasi. Kami mengumpulkan informasi tentang pengalaman

pelanggan kami, termasuk umpan balik mereka, ulasan produk, dan interaksi dengan bisnis. Dengan memeriksa data ini, bisnis dapat mengetahui apa yang berhasil menyenangkan konsumen dan apa yang mungkin memerlukan perbaikan. Secara keseluruhan, kemampuan perusahaan untuk mempertahankan basis kliennya merupakan ukuran kepuasan pelanggan. Sebuah perusahaan dapat menyesuaikan strateginya untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen ketika perusahaan mengetahui mengapa pelanggan tertentu puas dan yang lainnya tidak.

Kepuasan seseorang dapat didefinisikan sebagai sejauh mana harapannya terpenuhi atau terlampaui oleh suatu produk atau layanan. Oleh karena itu, kesenjangan antara kinerja aktual dan yang diharapkan menjadi penentu tingkat kepuasan tersebut. Konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja tidak memenuhi harapannya. Ketika harapan terpenuhi, pelanggan senang atau sebaliknya, jika hasilnya melampaui ekspektasi, klien akan sangat gembira. Informasi yang diberikan oleh pemasar dan pesaing, bersama dengan pengalaman pelanggan sebelumnya, komentar dari kerabat, dan janji, semuanya berkontribusi dalam membentuk harapan mereka. Pelanggan yang puas dengan layanan Anda kemungkinan besar akan merekomendasikannya kepada orang lain, menghabiskan lebih banyak uang dengan anda, dan tetap setia dalam jangka panjang. Membangun dan mengelola sistem sangat penting bagi bisnis yang ingin meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk menarik dan mempertahankan konsumen dalam jumlah yang lebih besar[2].

Melakukan pembelian sangat penting karena akan berperan dalam strategi pemasaran perusahaan kedepannya. Ketika sebuah bisnis berusaha berkomunikasi dengan pelanggannya melalui pengembangan merek dan pengenalan jenis produk baru, hal ini meningkatkan kemungkinan pelanggan tersebut akan melakukan pembelian. Banyak pengambilan keputusan sering kali terlibat dalam proses pengambilan. Dalam kebanyakan kasus, pilihan ini memerlukan pemilihan salah satu dari beberapa kemungkinan tindakan. Persaingan saat ini sangat ketat, jadi jika anda menginginkan pangsa pasar, anda harus mampu menarik perhatian pelanggan dengan metode pemasaran yang dapat diandalkan dan menarik. Meskipun

konsumen harus mengambil tanggung jawab pribadi atas segala kerugian yang mungkin timbul dari penggunaan atau pembelian barang dan produk, mereka harus mampu membuat keputusan berdasarkan informasi dengan bantuan pemahaman yang jelas tentang proses pengambilan keputusan.

Melindungi kualitas produk dan menerapkan sistem pembayaran dompet elektronik adalah salah satu cara untuk tetap unggul dari pesaing di pasar mana pun, terutama pasar bebas. Di luar itu, layanan yang berkala juga menjadi faktor utama keberhasilan penjualan produk stok pengawal. Barang dan layanan yang unggul menghasilkan efisiensi yang maksimal, melalui persaingan yang sehat. Karena alasan sederhana bahwa kesuksesan jangka panjang bergantung pada pemenuhan tuntutan bisnis dan pelanggannya.

Akibat banyaknya produk serupa di pasaran, etalase dan interior pesaing menampilkan strategi manajemen produk ini dengan harapan dapat terus menjadi produk pilihan konsumen. Namun, meningkatkan dan mempertahankan kualitas barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen sangat penting bagi keberhasilan banyak produk lainnya. Menggunakan material yang murah dan tipis untuk pameran dan interior perusahaan adalah salah satu kesulitan paling umum yang kita lihat. Peninjauan dan analisis lebih dekat terhadap aspek-aspek yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan diperlukan agar penulis merasa perlu untuk menghindari terulangnya hal-hal di masa depan.

Kami dapat menganalisis produk dengan menggunakan strategi ini, sehingga anda dapat memenuhi harapan konsumen dengan produk yang lebih baik di masa depan dan mengetahui secara pasti apa itu produk. Ini akan membantu kami menemukan elemen mana yang benar-benar memengaruhi kebahagiaan pelanggan dalam setiap transaksi. Selain itu, hal ini akan memberikan dampak positif terhadap pengembangan variasi produk aluminium dan interior perusahaan.

Saat anda membeli sesuatu, lakukan riset untuk memastikan kualitasnya tinggi. Produk berkualitas tinggi adalah produk yang memenuhi atau melampaui harapan pasar sarannya. Akibat meningkatnya tekanan, persaingan sengit, dan iklim bisnis yang tidak stabil, para pelaku kejahatan menggunakan berbagai strategi ekonomi untuk mendapatkan keuntungan. Perekonomian mereka hanya dapat

bersaing jika orang-orang ini menggunakan strategi ini. Pelaku ekonomi harus menggunakan harga yang terjangkau dan kualitas yang unggul pada seluruh barang dan jasanya agar dapat memperoleh keunggulan daya saing.

Anda mungkin menganggap keputusan pembelian sebagai pilihan di antara dua opsi atau lebih. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki banyak pilihan sebelum melakukan pembelian dan harus memilih salah satu. Produk, harga, penjualan, dan iklan merupakan empat pemasaran utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Di sisi lain, periklanan adalah sejenis pemasaran komunikasi. Tujuan dari jenis pemasaran ini adalah untuk menyebarkan informasi, memberikan kesan, meyakinkan khalayak sasaran untuk mengingat, menerima, membeli, dan tetap loyal terhadap barang dan jasa suatu perusahaan. Selain itu, dalam mempromosikan suatu produk, kebijakan penentuan harga sangatlah penting, karena tidak ada komponen bauran pemasaran lain yang menghasilkan pendapatan sebenarnya bagi suatu bisnis atau organisasi selain harga.

Oleh karena itu, tidak dapat disangkal bahwa penetapan harga memainkan peran penting dalam cara bisnis menarik dan mempertahankan pelanggan serta cara mereka bersaing satu sama lain. Ketersediaan harga mempengaruhi kinerja, keuangan, dan sudut pandang pembeli. Konsumen membayar harga ketika mereka membeli, memiliki, atau menggunakan campuran produk dan layanan suatu produk.

Karena terdapat korelasi langsung antara jumlah pelanggan yang bersedia membeli barang dan jasa suatu perusahaan dan kemungkinan perusahaan memperoleh keuntungan dan menarik pelanggan baru, keputusan pembelian konsumen sangat penting bagi pertumbuhan bisnis apa pun. Pilihan pembelian perusahaan tidak hanya membuka pintu bagi mereka untuk menghasilkan uang dari bisnis sudut pandang, namun juga meningkatkan kesadaran akan merek dan produknya di kalangan pelanggan. Sebuah bisnis dapat membujuk pelanggan untuk membeli barang dagangannya dalam beberapa cara, salah satunya dengan menyediakan barang-barang berkualitas tinggi.

Cari tahu untuk memastikan kepuasan pengguna selama pelingkupan dan analisis hal ini dilakukan dengan menggunakan metode potongan, sebuah teknik

yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikan masalah, peluang, dan kebijakan. Penelitian ini menggunakan Metode Potongan yang melibatkan enam variabel:

1. *Performance* dijalankan untuk menentukan kemanjuran dan fungsionalitas sistem.
2. *Information and Data* untuk memastikan jumlah dan ketepatan data yang dikumpulkan.
3. *Economics* (mark ekonomi) selesai Peneliti potensial harus mencari tahu apakah ada sistem yang sehat secara finansial dan berapa biayanya.
4. *Control and Security* (Kontrol dan Keamanan) menentukan tingkat pengawasan dan pengendalian yang dilakukan untuk menjamin sistem berfungsi dengan baik.
5. *Efficiency* (Efisiensi) untuk menentukan apakah sistem tersebut efektif dan dapat memberikan hasil yang memuaskan bagi perusahaan kecil.
6. *Service* (Layanan) menemukan aplikasi Untuk mempelajari tentang Layanan Kinerja dan mengidentifikasi masalah[3].

Pelajari lebih lanjut tentang sejarah topik ini jika Anda tertarik melakukan penelitian tentang variasi aluminium dan desain interior. Ditinjau dari ketenaran penulis yaitu, **“ANALISIS PIECES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PEMBAYARAN TRANSAKSI E-WALLET DI VARIASI ALUMINIUM DAN INTERIOR PANGKALPINANG”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan, permasalahan utama dalam penulisan ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh *performance* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang?
2. Bagaimanakah pengaruh *information and data* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang?
3. Bagaimanakah pengaruh *economics* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang?

4. Bagaimanakah pengaruh *control and security* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang?
5. Bagaimanakah pengaruh *efficiency* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang?
6. Bagaimanakah pengaruh *service* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang?
7. Bagaimanakah pengaruh *performance, information and data, economics, control and security, efficiency* dan *service* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang?

1.3 Batasan Masalah

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, para peneliti yang terlibat dalam penelitian ini bertujuan untuk mempelajari ruang lingkup ruang dan permasalahan pada jarak tertentu, khususnya:

1. Kepuasan konsumen terhadap dompet elektronik yaitu, DANA adalah fokus utama studinya. Antara lain, pelajari variabel apa saja yang dipertimbangkan konsumen saat melakukan pembelian barang dan perabotan aluminium.
2. Ruang lingkup pekerjaan hanya barang serupa dengan versi aluminium atau interior yang akan dipertimbangkan. Di antara produk-produk tersebut adalah furnitur aluminium, aksesoris rumah, dan perlengkapan. Barang-barang yang berkaitan dengan desain interior rumah, seperti tangga aluminium untuk rumah atau peralatan lainnya.
3. Pengambilan keputusan konsumen di era digital menjadi fokus penelitian ini. Sumber daya internet, baik dalam bentuk situs web, aplikasi, atau media digital lainnya, berperan dalam menentukan kepuasan konsumen terhadap barang dan perabotan aluminium yang mereka beli.
4. Metode pengumpulan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian dapat dilihat dari pendekatan kuantitatif hingga metode yang lebih tradisional seperti survei dan wawancara serta analisis data sekunder.

5. Cari tahu Potensi kendala berdasarkan lokasi, bergantung pada area atau pasar yang diteliti. Masalah ini berpotensi berdampak pada penerapan hasil pada basis konsumen yang lebih luas.

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian:

Adapun tujuan dari pembelajaran ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *performance* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang.
2. Untuk menganalisis pengaruh *information and data* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang.
3. Untuk menganalisis pengaruh *economics* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang.
4. Untuk menganalisis pengaruh *control and security* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang.
5. Untuk menganalisis pengaruh *efficiency* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang.
6. Untuk menganalisis pengaruh *service* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang.
7. Untuk menganalisis pengaruh *performance, information and data, economics, control and security, efficiency* dan *service* terhadap kepuasan konsumen pembayaran transaksi *e-wallet* di variasi aluminium dan interior Pangkalpinang.

1.4.2 Manfaat Penelitian:

Adapun manfaat belajar sebagai berikut:

1. Untuk Konsumen:
 - a. Penggunaan *E-Wallet* memudahkan pelanggan membayar berbagai macam produk, baik luar maupun dalam, hanya dengan menggunakan ponsel pintarnya.
 - b. Konsumen dapat dengan cepat membandingkan berbagai jenis barang aluminium dan interior rumah. Pelanggan bahkan tidak perlu keluar rumah untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kesukaannya berkat inovasi ini.
 - c. Konsumen kini dapat menghemat waktu dan tenaga yang biasa mereka habiskan untuk pergi ke toko dengan dapat memeriksa produk dan melakukan pembelian secara online. Mereka bebas berbelanja kapan pun dan di mana pun mereka mau.
2. Untuk Perusahaan:
 - a. Untuk lebih memahami keinginan dan preferensi pelanggan serta memenuhi permintaan pasar, perusahaan perlu memproduksi item tambahan.
 - b. Bisnis dapat meningkatkan strategi pemasaran mereka dengan menciptakan kampanye yang lebih sukses dan dengan menyesuaikan posisi produk, harga, dan promosi untuk menarik target demografis mereka.
 - c. Bisnis memiliki kekuatan untuk meningkatkan pengalaman berbelanja bagi pelanggan dengan menyempurnakan situs web dan aplikasi mereka.
 - d. Bisnis yang baru mengenal bidang ini dapat memperoleh manfaat dari analisis tren pasar, pesaing, dan prospek perusahaan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya:
 - a. Cari tahu hal ini akan membuat perbedaan besar dalam pemahaman kita tentang perilaku pelanggan saat mereka membeli barang, khususnya

perubahan pada aluminium dan desain interior. Peneliti juga dapat menggunakan temuan ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana konsumen berinteraksi dengan item di situs.

- b. Cari Tahu berdasarkan analisis perilaku pelanggan sepanjang proses pengambilan keputusan pembelian, hal ini memberikan wawasan tentang tren pembelian online saat ini untuk berbagai varian produk aluminium dan interior. Preferensi konsumen, kebiasaan membeli, dan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian semuanya dapat dipahami dengan lebih baik dengan bantuan data yang dikumpulkan dari sumber ini.
- c. Penelitian tentang pengembangan metodologi untuk kepuasan tingkat konsumen berpotensi mendapatkan manfaat dari penelitian ini. Peneliti mungkin juga memikirkan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini dan menggunakannya untuk penelitian masa depan mengenai produk yang dijual.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan sistematika Untuk membantu pembaca lebih memahami cara menulis skripsi, pada bagian ini dijelaskan pembahasan skripsi secara lengkap. Laporan skripsi yang menganut sistematika yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat topik-topik yaitu, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memberikan berbagai landasan teori yang dapat digunakan untuk memperkuat dan menjelaskan teori yang dipertimbangkan dalam penelitian kepuasan pelanggan terhadap pembayaran *E-Wallet* variasi aluminium dan interior pangkalpinang. Bab ini juga berfungsi untuk mempertegas judul penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini mencakup topik-topik seperti, jenis dan sumber data, populasi dan ukuran sampel, teknik pengumpulan data, metode analisis data, variabel penelitian, dan variabel penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bagian ini mencakup deskripsi penelitian, analisis kuantitatif, interpretasi, serta temuan dan argumentasi penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini, kami menarik kesimpulan dari pembahasan bab sebelumnya dan memberikan beberapa gagasan yang relevan untuk penelitian lebih lanjut.

