

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini sangat pesat, sehingga banyak pelaku usaha yang memanfaatkan situasi tersebut menjadi peluang usaha. Para pelaku usaha harus mempunyai kreatifitas yang tinggi untuk mengantisipasi lebih dini dalam melihat sebuah perubahan yang ada. Sebuah kreatifitas menjadi hal yang sangat penting untuk dapat bersaing dengan pengusaha lainnya agar tetap bisa bertahan dan tetap disukai oleh konsumen.

Kota Sidoarjo merupakan salah satu kota yang menjadi pusat industri, dimana kota Sidoarjo dikelilingi oleh beberapa kota besar yang ada di Jawa Timur, sehingga tak jarang masyarakat luar kota Sidoarjo mencari pekerjaan dan tempat tinggal di kota Sidoarjo. Seiring bertambahnya penduduk di kota Sidoarjo, maka berkembang pula toko-toko retail modern yang menjual berbagai macam kebutuhan pokok. Di kota Sidoarjo sendiri terdapat berbagai toko retail modern yang menjual berbagai macam kebutuhan pokok seperti Indomaret, Alfamart, Alfamidi, Karunia dll.

Indomaret adalah jaringan minimarket waralaba di Indonesia. Minimarket ini menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Indomaret sangat mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan

pada motto “mudah dan hemat”. Merek minimarket Indomaret dipegang oleh PT.Indomarco Prismatama.

Awal dibukanya Indomaret adalah untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan pada tahun 1988 di Ancol, Jakarta Utara. Dengan dibukanya gerai pertama ini, perusahaan kemudian tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Hasil investigasi beberapa orang karyawan terdapat kesimpulan bahwa masyarakat cenderung memilih untuk berbelanja di gerai modern atas dasar kelengkapan produk, kualitas produk serta harga yang bersaing.

Dalam menarik pengunjung agar mau membeli kebutuhan pokok di Indomaret, maka harga menjadi faktor pertama yang berperan penting dalam meningkatkan profit perusahaan. Harga merupakan nilai tertentu yang harus dibayar atas suatu nilai produk atau jasa yang dibeli atau digunakan. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat dan kualitas produk (Martono, 2014:688). Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya.

Faktor kedua yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah pelayanan pelanggan (*customer services*) yang baik kepada pelanggan. Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan yang mana pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena

dengan kualitas pelayanan kepada pelanggan, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan.

Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk berkomitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga, dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk.

Faktor ketiga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah suasana toko (*store atmosphere*). Suasana toko merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan. Semakin komunikatif suasana exterior toko akan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan berkunjung ke toko tersebut, dan semakin nyamannya interior toko akan membuat pelanggan betah berlama-lama di dalam toko. Memuaskan keinginan pelanggan sendiri merupakan hal yang sulit, mengingat pelanggan yang merasa puas diharapkan akan berkunjung kembali, bahkan memberitahukan kepada orang lain, sehingga akhirnya dapat menempatkan pesaing di urutan paling rendah atau sebaliknya.

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang

mereka kenal. Selanjutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas kesetiaan mereka pada produk atau jasa buatan produsen yang sama. Loyalitas pelanggan dapat tercermin dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara terus-menerus dengan berulang-ulang. Pelanggan yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu merek barang atau jasa maka pelanggan tidak akan lagi mempertimbangkan untuk membeli produk atau jasa lain selain produk yang disukai oleh pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap sebuah produk, mempunyai komitmen terhadap produk tersebut dan bermaksud melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang.

Meraih loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan bukan hal yang mudah. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan pelanggan dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka mereka akan merasa puas dan senang. Pelanggan yang puas terhadap barang dan jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan akan dapat meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang dari pelanggan. Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, penelitian ini mengambil judul :

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TOKO TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO INDOMARET JENGGALA 2 GEDANGAN SIDOARJO.

1. 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo ?
3. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo ?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo ?
5. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo ?
6. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo ?
7. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo ?

8. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo ?
9. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo
2. Untuk menganalisa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo
3. Untuk menganalisa suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo
4. Untuk menganalisa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo
5. Untuk menganalisa suasana toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo
6. Untuk menganalisa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo

7. Untuk menganalisa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo
8. Untuk menganalisa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo
9. Untuk menganalisa suasana toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan suasana toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo khususnya dalam bisnis retail sehingga dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk pertimbangan dan perencanaan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dalam bidang manajemen ritel dan pemasaran jasa.

3. Bagi Jurusan Administrasi Niaga
 - i. Sebagai alat ukur kemampuan mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuannya dalam bidang pemasaran khususnya dalam bidang manajemen ritel dan pemasaran jasa.
 - ii. Sebagai sarana memulai hubungan baik antara lembaga pendidikan STIE MAHARDHIKA Surabaya dengan toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo dan untuk menambah kajian dan referensi khususnya bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan judul yang sama.

