

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa selalu meningkat baik dari segi kualitas maupun kuantitas, hal ini seiring dengan perkembangan dan kemajuan jaman. Dampaknya adanya perilaku pelanggan dalam menentukan tempat pembelian yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Semakin meningkatnya tempat pembelian akan memberikan banyak alternatif kepada masyarakat sebagai pelanggan untuk memilih tempat pembelian yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan financial pelanggan. Hal ini harus diimbangi oleh pedagang untuk berusaha menarik pelanggan agar mau membeli barang ditempat dimana dia membuka dagangannya. Pedagang harus cepat tanggap dan segera menyesuaikan akan perubahan selera dan kemampuan pelanggan, dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga nantinya kepuasan pelanggan akan dapat tetap terjaga.

Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo merupakan pusat pembelian yang berbentuk minimarket seperti halnya alfamart dan indomaret yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau. Sebagaimana minimarket yang lain, Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo selalu berusaha agar tetap diminati oleh pelanggan untuk melakukan pembelian ditempatnya. Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo merupakan pasar swalayan yang berbentuk minimarket yang melakukan bisnis eceran dengan

berhubungan langsung dengan pelanggan akhir bertujuan untuk memenuhi kebutuhan total pelanggan, yaitu tempat belanja terpadu yang menjual barang-barang beraneka ragam, dari barang kebutuhan sehari-hari, barang kebutuhan dapur, perabot rumah tangga, perabot kamar tidur, perabot kamar mandi, kosmetik, dan sebagainya. Keberadaan Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo merupakan tuntutan masyarakat sekitar yang cenderung membutuhkan tempat perbelanjaan dengan produk yang berkualitas dengan jenis produk bervariasi, dan pelayanan yang lebih baik. Dengan kata lain, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Keputusan Pembelian Konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Engel, Blackwell & Miniard (2012:4) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghasilkan produk atau jasa. Dalam model keputusan pembelian semua aspek pengaruh dan kognisi dilibatkan dalam pengambilan keputusan konsumen, termasuk pengetahuan, arti kepercayaan yang diaktifkan dari ingatan serta proses

perhatian dan diambil konsumen yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

Kepuasan atas suatu produk tergantung kinerja produk dengan harapan konsumen tentunya merasa puas, jika kinerja suatu produk yang telah dibeli di bawah harapan konsumen tentunya merasa tidak puas, jika kinerja produk sama harapan konsumen sangat puas. Harapan-harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman pembelian masa lalu, informasi dan teman, informasi dan iklan, dan informasi sumber-sumber lainnya. . Kotler dan Keller (2014:23) bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Hubungan antara kualitas layanan dengan keputusan pembelian seperti dinyatakan oleh Rohmawati (2012:261) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic honda beat. Sedangkan hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan seperti dinyatakan oleh Riandari (2015) bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat

Pada saat ini Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo sedang mengalami masalah berkaitan dengan kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat diketahui dari jumlah komplain pelanggan di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo yang cenderung terus mengalami kenaikan.

Jumlah komplain pelanggan di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo periode Januari – September 2017 disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 1.1

Jumlah Komplain Pelanggan di  
Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo  
Periode Januari – September 2017

Periode	Jumlah (Orang)	Jenis Keluhan
Jan 2017	3	- Berhubungan Pelayanan
Feb 2017	5	- Berhubungan Cara Pembayaran
Mar 2017	2	- Berhubungan <i>Ordering</i>
Apr 2017	3	- <i>General</i> (Umum)
Mei 2017	6	
Jun 2017	4	
Jul 2017	5	
Agu 2017	12	
Sep 2017	9	

Sumber : Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo, Tahun 2017

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa selama 9 bulan terakhir dari bulan Januari – September 2017 telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain pelanggan di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo.

Terjadinya kecenderungan meningkatnya jumlah komplain pelanggan di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya. Banyak hal yang menjadi penyebab dari hal tersebut, salah satunya adalah kualitas layanan yang diberikan pihak Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo kepada pelanggan yang kurang bagus.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riandari pada tahun 2015, tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bee's Resto Cabang Citraland Mall Semarang. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas layanan, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen, untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda - Sidoarjo)".

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?
3. Apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
3. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
4. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo

### **1.4. Manfaat Penelitian.**

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

#### **1. Aspek Akademis**

Memberikan sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembanding bagi penelitian lain serta sebagai wujud Darma Bakti kepada perguruan tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahardhika Surabaya pada umumnya dan Program Studi Manajemen pada khususnya.

## 2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan atau perluasan pandang tentang pelajaran yang didapat dari bangku kuliah dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang dikaji serta sebagai referensi ilmiah bagi para peneliti berikutnya.

## 3. Aspek Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan ide dengan hasil pemikiran pada Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo terkait dengan kualitas layanan, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.