

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang Masalah.

Di era globalisasi saat ini, dorongan untuk inovasi dan ilmu pengetahuan dapat mempengaruhi pembetulan moneter di negara kita di bidang bisnis. Baik secara keseluruhan maupun di dalam perusahaan pada khususnya. Sejalan dengan itu bermunculan banyak perusahaan komersial yang bergerak di bidang perdagangan eceran berupa toko serba ada, department store dan lain-lain.

Persaingan sengit yang tidak terhindar di dunia bisnis mendorong para pelaku bisnis, baik yang bersifat perorangan maupun perusahaan, baik berasal dari dalam negeri maupun luar negeri, untuk meraih keunggulan atas produk kompetitor melalui citra merek, kualitas pelayanan, dan display terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam dunia bisnis konsumen adalah nyawa bagi para perusahaan. Ini lantaran jika tidak adanya konsumen maka perusahaan-perusahaan tersebut bukanlah apa-apa. Semakin banyaknya konsumen, semakin banyak pula pendapatan yang akan diraih oleh perusahaan. Dengan jumlah perusahaan yang cukup banyak, tidak sedikit dana yang harus dikeluarkan oleh sebuah perusahaan untuk menarik perhatian konsumen. Berbagai macam strategi pemasaran juga telah dicoba untuk menarik minat beli konsumen tersebut.

Namun, pada dasarnya mempertahankan konsumen yang sudah ada lebih sulit daripada mendapatkan konsumen baru. Seiring dengan persaingan yang semakin ketatnya di dunia bisnis dan perkembangan strategi pemasaran yang bermacam-macam, membuat usaha para pebisnis semakin sulit. Tugas yang paling berat adalah cara untuk tetap menjaga konsumen tetap loyal terhadap perusahaan. lantaran tidak sedikit pembeli yang berpindah-pindah dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya. Konsekuensi dari strategi yang kurang tepat.

Dengan tujuan akhir memenangkan persaingan, perusahaan memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan prosedur promosi yang tepat untuk menguasai pasar. Perusahaan dominan adalah individu yang secara cerdas dapat mengelola transformasi yang terjadi di lingkungan bisnisnya dan dapat membuat transformasi besar dengan berusaha memuaskan kepuasan pelanggan.

Seiring dengan kemajuan zaman, perusahaan ritel telah menjadi keperluan yang dianggap signifikan oleh masyarakat setempat. PT. *Ace Hardware* Indonesia adalah perusahaan ritel yang secara konsisten berupaya untuk memenuhi keperluan konsumen.

Berdasar Keller(2008;51) citra merek adalah persepsi konsumen terhadap suatu merek laksana cerminan dari asosiasi merek yang ada di benak konsumen.

Berdasar Kotler dan Keller(2009;260) memandang citra merek laksana proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan citra yang bermakna. Mengenali pengetahuan yang benar tentang suatu barang yang akan dibeli umumnya akan memudahkan pembeli untuk memilih barang yang dapat dideskripsikan oleh pembeli.

Kualitas pelayanan mengambil bagian penting dalam menarik konsumen untuk memiliki pilihan untuk membeli barang. Konsumen tidak hanya membeli suatu barang, tetapi juga aspek jasa dan pelayanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pra-pembelian hingga tahap setelah pembelian. Pelayanan buruk dari karyawan akan membuat konsumen pindah ke perusahaan yang lain, meskipun produk yang kami tawarkan lebih bagus dan lebih bervariasi.

Dan berdasar Lovelock (dalam Tjiptono, 2001;58) Kualitas pelayanan adalah tahapan baik buruknya kondisi pelayanan yang dialokasikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan memberikan atau memberikan pelayanan yang melebihi harapan konsumen. Dengan tujuan akhir memenangkan persaingan, perusahaan perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif dan tepat, salah satunya adalah menghasilkan barang dan memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan keperluan konsumen.

Penataan barang dikenal dengan istilah *display*. *Display* adalah suatu cara dalam menata barang, khususnya produk yang diterapkan oleh perusahaan yang bertujuan untuk menarik minat pembeli. Untuk memperjelas arti dari *display* tersebut, William J. Shultz, "*Display consist of simulation customer attention and interest in a product or a store, and desire to buy product or patronize the store, through direct visual appeal*". *Display* adalah suatu cara mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang untuk mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung (*Direct Visual Appeal*).

Yang dimaksud dengan *display* adalah pemajangan atau tataletak barang untuk menarik minat beli konsumen sehingga terjadi pembelian dengan melihat produk tersebut, konsumen akan tertarik dan memudahkan konsumen untuk memilih barang yang diinginkan.

Konsumen yang loyal adalah salah satu kunci keberhasilan suatu usaha atau bisnis. Memegang konsumen yang bisa loyal pada suatu produk ataupun perusahaan harus menjadi perhatian utama, daripada mendapatkan konsumen baru. Hal ini lantaran mendapatkan konsumen baru tentu bukan sesuatu yang sederhana lantaran akan menghabiskan biaya yang banyak, sehingga akan sangat disayangkan jika perusahaan melepaskan konsumen yang loyal seperti itu.

Bagi perusahaan adalah seorang pelanggan yang loyal memiliki dampak sangat positif menguntungkan dibanding harus mencari pelanggan yang baru. Selain itu ada keyakinan yang kuat sebetulnya loyalitas memiliki afiliasi dengan profitabilitas (Hallowell,1996;Rowrey & Dawes,1999 dalam Sari,2013).

Dalam penelitian objek peniliti adalah perusahaan yang bergerak dibidang retail yang bernama PT. *Ace Hardware* Indonesia Yang bergerak di bidang retail (perkakas dan alat-alat rumah tangga).

Penelitian ini menjadi sangat menarik untuk dilalukan berdasar pada pengaruh variabel-variabel diatas. Sehingga peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul skripsi “**Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Display Terhadap loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada PT. *Ace Hardware* BG Junction Surabaya**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitan ini laksana berikut:

1. Apakah citra merek mempunyai pengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan dalam membeli produk di *Ace Hardware* BG Junction Surabaya?

2. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan dalam membeli produk di *Ace Hardware* BG Junction Surabaya?
3. Apakah display mempunyai pengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan dalam membeli produk di *Ace Hardware* BG Junction Surabaya?
4. Apakah citra merek, kualitas pelayanan, dan display secara simultan mempunyai pengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan dalam membeli produk di *Ace Hardware* BG Junction Surabaya?
5. Manakah dari ketiga faktor diatas yang mempunyai pengaruh secara dominan terhadap loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengenali citra merek terhadap loyalitas pelanggan dalam membeli barang di *Ace Hardware* BG Junction Surabaya
2. Untuk mengenali kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dalam membeli barang di *Ace Hardware* BG Junction Surabaya
3. Untuk mengenali display terhadap loyalitas pelanggan dalam membeli barang di *Ace Hardware* BG Junction Surabaya
4. Untuk mengenali citra merek, kualitas pelayanan dan display secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan dalam membeli barang di *Ace Hardware* BG Junction Surabaya
5. Untuk mengenali citra merek, kualitas pelayanan dan display manakah yang dominan terhadap loyalitas pelanggan dalam membeli barang di *Ace Hardware* BG Junction Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Keuntungan dari penelitian:

1. Untuk Peneliti

Dapat membantu menambah pemahaman dan informasi tentang citra merek dan kualitas pelayanan, dalam membentuk suatu loyalitas dalam benak konsumen.

2. Untuk Perusahaan

Mampu mengambil kebijakan *management*, terutama yang terkait dengan konsumen, agar dapat menjalankan strategi yang efektif untuk meningkatkan jumlah pelanggan di kemudian hari.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Dapat menambah pemahaman dan informasi, dan menjadi pembanding bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian yang sama di bidang pemasaran.

4. Untuk para pembaca

Semoga penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap suatu barang.