

BAB I

Latar Belakang

1.1. Latar Belakang Masalah

Ritel adalah industri yang sangat kompetitif saat ini, dan berkembang sebagai respons terhadap perubahan teknologi dan budaya, serta perubahan permintaan bisnis dan konsumen. Bisnis adalah jenis kegiatan komersial di mana barang dan jasa dijual dan dikirimkan kepada orang atau keluarga. Agar berhasil dalam pasar yang kompetitif, para pemimpin bisnis harus mampu memberikan pemasaran yang sesuai dengan standar pelayanan. Oleh karena itu, produsen disarankan untuk memastikan produknya dapat dikirim ke seluruh wilayah terdekat dengan konsumen/pelanggan. Pelanggan dapat langsung memanfaatkan barang yang paling mudah diakses. Kenyamanan sangat penting. Menjamurnya toko ritel yang menyediakan berbagai atribut dan fasilitas untuk menarik minat konsumen dan mendorong mereka untuk membeli telah memperparah ketatnya persaingan di industri ritel. Konsumen memiliki daya tawar yang besar dan dapat memilih toko yang memberikan berbagai keuntungan; Dengan demikian, industri ritel wajib menyediakan berbagai fitur pengiriman kepada klien.

Jaringan toko kelontong Indonesia Indomaret memiliki sejumlah toko di seluruh negeri. Makanan, minuman, dan kebutuhan pokok lainnya sering tersedia dalam jumlah besar di tempat-tempat ini. Ada lebih dari 200 makanan dan non-makanan murah yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pelanggan di etalase ini. Indomaret kesulitan merekrut pelanggan, dan hampir semua supermarket atau jaringan supermarket memiliki strategi penjualan yang sama. Berbagai supermarket menawarkan berbagai diskon atau diskon dengan berbagai variasi, seperti beli barang kedua dapat diskon, beli satu gratis, PDP (beli dengan

beli), beli satu produk gratis satu, dan variasi lainnya. , dan buka 24 jam dan menawarkan diskon untuk tangga tertentu melalui buku harian.

Indomaret Sidokare Sidoarjo telah berjuang dengan penurunan penjualan dalam beberapa tahun terakhir; Penurunan penjualan di Indomaret, Desa Sidokare, dan Sidoarjo harus ditangani, dan akar penyebabnya harus ditemukan. Penyakit ini harus diberantas! Manajemen Indomaret Sidokare di Desa Sidoarjo harus sigap menangani masalah ini. Ketidakpuasan pelanggan terlihat dari penurunan penjualan di Indomaret, Desa Sidokare, dan Sidoarjo. Tidak menutup kemungkinan tingginya harga barang di Indomaret Desa Sidokaryo serta perlakuan tidak ramah dan acuh yang diberikan oleh aparat Desa Sidokaryo adalah dua dari sekian banyak variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di Indomaret Sidokare Desa Sidoarjo. Akibatnya, pelanggan di Indomaret, Desa Sidokare, dan Sidoarjo bisa jadi tidak puas.

Bagi Kotler (2016: 612), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai sejauh mana harapan mereka terhadap kinerja (atau hasil) perusahaan terpenuhi.

Pelanggan di Indomaret Sidokare Desa Sidoarjo akan sangat diuntungkan dengan adanya promosi penjualan, dan kami berharap masyarakat akan lebih mengenal produk kami sebagai akibat dari kampanye ini. Pemasaran penjualan produk sangat penting untuk mengingatkan calon pelanggan tentang keberadaan dan nilai produk. Saat mengembangkan strategi pemasaran, perusahaan atau supermarket harus selalu mengingat pelanggan, dimulai dengan mengidentifikasi produk yang diinginkan konsumen, memahami motif dan kebiasaan membeli pelanggan, dan menetapkan harga berdasarkan kekuatan pelanggan.

“Setiap tindakan yang mencoba untuk mempercepat aliran produk atau jasa dari produsen ke konsumen akhir,” kata Upiyoadi (2015:121). Baik Kotler maupun Keer tidak dapat mencapai kesepakatan (2014: 219). Inti dari setiap strategi pemasaran adalah promosi penjualannya, yang terdiri dari sejumlah

tindakan insentif, sebagian besar bersifat sementara, dirancang untuk menarik konsumen atau perdagangan agar membeli produk atau jasa lebih cepat atau lebih sering.

Memberikan nilai kepada pelanggan dan mempengaruhi citra produk dan pilihan pembelian keduanya dipengaruhi oleh harga. Potongan harga merupakan bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh Indomaret Desa Sidokare Desa Sidoarjo untuk memperkenalkan produk Indomaret kepada pelanggan dan mengajak mereka untuk melakukan pembelian di Indomaret Desa Sidokare Desa Sidoarjo. Karena kualitas pelayanan dan promosi yang sangat baik yang diberikan Indomaret di Desa Sidokare, Sidoarjo, jumlah pengunjung meningkat sehingga berdampak pada omset penjualan Indomaret di desa tersebut.

Swastha (2015: 54) mencatat bahwa penetapan harga adalah sejumlah uang (ditambah sedikit lagi jika memungkinkan) yang diperlukan untuk mendapatkan kombinasi yang berbeda dari kualitas produk dan layanan.

Kepuasan klien berhubungan langsung dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Pelanggan lebih cenderung membentuk ikatan mendalam dengan bisnis yang menyediakan layanan berkualitas tinggi. Dalam hal kepuasan konsumen jangka panjang, kontak semacam ini sangat penting. Loyalitas konsumen akan tercapai jika sifat administrasi yang diberikan sesuai dengan asumsi, seperti yang dikemukakan oleh Kurz dan Cow (2018: 96).

Merujuk pada Parasuraman dkk. (2017:44), "Kualitas administrasi adalah kesan klien atas kehebatan administrasi," dan itu menyiratkan bahwa kualitas bantuan adalah penilaian klien atas kehebatan administrasi.

Sebagai konsekuensi dari dampak baik dari layanan yang luar biasa, kepuasan pelanggan akan meningkat. Kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dapat menghasilkan peningkatan pendapatan bagi bisnis. Untuk bersaing, makmur, dan berkembang, bisnis harus dapat memenuhi keinginan dan keinginan

konsumen dengan memberikan layanan terbaik dan berkualitas tinggi , memastikan pelanggan merasa puas dan dihargai, serta senang dan bersedia melakukan pembayaran di tempat lain. waktu.

Terdapat perbedaan yang sangat mencolok antara nilai kepentingan 0,000 dan 0,05 dalam eksplorasi Wasiman dan Pernanda (2020:144), "Pengaruh Nilai, Kemajuan, dan Kualitas Administrasi terhadap Loyalitas Konsumen pada Afamart Tiban Tiga Sekupang Kota Batam" yang menunjukkan nilai tersebut, kemajuan, dan kualitas administrasi semua berpengaruh pada loyalitas konsumen.

Oleh karena itu, para ahli tertarik untuk memimpin penelitian ekstra tanpa henti dengan judul "Pengaruh Nilai, Kemajuan, dan Kualitas Administrasi Terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret, Kota Sidokare, Aturan Sidoarjo".

1.2. Formulasi masalah

Berdasarkan konteks sebelumnya, berikut adalah masalah yang akan dibangun:

1. Apakah ada hubungan antara kebahagiaan klien dengan harga di Indomaret, Desa Sidokare, Sidoarjo?
2. Indomaret Village, Sidoarjo: Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah ikan mempengaruhi kebahagiaan konsumen di Indomaret, Desa Sidokare, Sidoarjo?
4. Apakah kualitas pelayanan di Indomaret Desa Sidoarjo mempengaruhi kepuasan pelanggan?
5. Di Indomaret, Desa Sidokare, Sidoarjo, variabel bebas manakah yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut, mengingat sejarah topik dan uraian masalah di atas:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan di Indomaret Desa Sidokare Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Indomaret, Desa Sidokare, dan Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di Indomaret, Desa Sidokare, dan Sidoarjo.
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret dan Sidokare di Sidoarjo.
5. Untuk mengetahui faktor-faktor independen (harga, promosi, dan kualitas pelayanan) yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di Indomaret, Desa Sidokare, dan Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian

Kesimpulan penelitian dirancang untuk membantu semua pihak yang terlibat atau terkait dengan bidang penyelidikan, antara lain sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis
 - a. Perpustakaan dapat menggunakan informasi tersebut sebagai bahan komparatif untuk studi lain, dan sebagai semacam Darma Bakti bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika (STIE) Surabaya, khususnya di Program Studi Manajemen Program.
 - b. Sebagai informasi, bahan bacaan, dan media yang dapat digunakan untuk memperdalam atau memperluas pemahaman terhadap pelajaran yang diperoleh di perguruan tinggi dan untuk menambah pengetahuan

khususnya pada mata pelajaran yang sedang dipelajari, serta sebagai referensi ilmiah bagi peneliti selanjutnya.

2. AspekPraktis

Berikan komentar kepada dewan tentang cara terbaik untuk mengamati dan menerapkan penemuan penelitian untuk masalah biaya, kemajuan, kualitas administrasi, dan loyalitas konsumen.

