

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.

Dunia dalam waktu sekarang sedang dilanda musibah wabah berupa penyakit yang sulit diprediksi keberadaannya, wabah corona atau juga disebut covid 19 sangatlah mempengaruhi kehidupan tanpa kecuali, fenomena ini mengakibatkan kegiatan masyarakat kurang terkendali, hal ini disebabkan sulitnya diprediksi penyebarannya ataupun berakhirnya. Indonesia adalah salah satu negara yang sangat terasa situasinya, namun demikian pemerintah, bersama elemen masyarakat saling bahu membahu untuk memperkecil penyebaran covid sangatlah ketat. Roda perekonomian terasa sangat lamban dan mengalami beberapa keterpurukan disebagian bidang perekonomian. Himbauan dan anjuran untuk tinggal di rumah atau work from home, memaksa masyarakat Indonesia tidak melakukan kegiatan shopping. Pemenuhan kebutuhan lebih banyak dilakukan dengan memenuhinya dari rumah saja. Hal ini berdampak pada sebagian besar usaha atau bisnis produksi, pedagang, akibat pandemi banyak juga karyawan yang dirumahkan, hal ini tentu berdampak pada kurangnya kegiatan perekonomian. Daya beli Masyarakat berkurang, sementara itu PSBB yaitu pembatasan dan Wfh mengakibatkan banyak supermarket yang mengalihkan jasa penjualannya dengan online. indomaret, salah satu gerai atau mini market yang menyediakan kebutuhan sehari hari tentu saja harus mengikuti trend ini, yaitu dengan menyediakan order dan pengantaran, yang bekerja sama dengan gojek ataupun lainnya. Hal inipun telah dilakukan oleh pengusaha lainnya, sehingga amat sangat kompetitif, konsumen dapat memilih dengan retail mana akan melaksanakan pembelian, oleh sebab itu retail perdagangan harus berkometitif untuk menarik minat beli, bagaimana supaya calon konsumen

mempunyai minat beli tentu konsumen harus dipuaskan.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu variabel penting untuk retail seperti indomaret agar konsumen menjadi pelanggan. Oleh Sudaryono (2016) arti kepuasan berarti dimana tingkat pemenuhan kepuasan layanan terhadap pelanggan bisa dianggap lebih atau kurang saat pengambilan hasil penilaian pelanggan. Kepuasan pelanggan bisa dipengaruhi beberapa variabel bisa produk, harga, promosi, namun demikian Indomaret merupakan retail yang sudah tersebar di seluruh Indonesia, dalam hal yang sama saat ini banyak bermunculan retail dengan yang dalam katagori sama sama sama mempunyai nama yang sudah familiar di masyarakat, hal ini tidak terlepas dari brand, atau layak sudah diakui equitas merk indomaret. Apakah konsumen merasa terpuaskan life style masyarakat yang cenderung lebih menyukai berbelanja di Indomaret daripada di warung tradisional. Equitas merk dalam bisnis kontemporer tujuan utamanya yaitu harus memiliki inovasi dan kreasi (Beig serta Inika,2019). Dalam memastikan sebuah merk harus di identifikasi meliputi simbol, nama, warna bahkan label merk harus sudah terdaftar dan memiliki keunikan.desain(Foroudi, Jin, Gupta, Foroudi, dan Kitchen, 2018).

Ketika satu toko sudah punya brand, maka konsumen akan dengan loyal tetap berada pada brand itu. Jadi equitas merk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen baik karena life style masyarakat yang pada dasarnya banyak masyarakat urban, ataupun masyarakat dengan life style yang mengikuti pergeseran budaya masyarakat. Seperti hasil penelitian Agung Nugraha tahun 2014 dalam penelitiannya menghasilkan bahwa equitas merk mempengaruhi secara signifikan pada kepuasan konsumen di PT. Matahari Putra Prima Bali. Setelah diperhatikan ternyata bahwa PT Matahari banyak menjual barang barang yang mempunyai brand terkenal. Selain equitas merk, konsumen bisa sangat loyal tanpa mempertimbangkan harga dan kualitas layanan adalah akankah

kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen bahkan mungkin akan berdampak pada Loyalitas konsumen. Indomaret mempunyai banyak pesaing dengan brand yang berbeda dan mulai bermunculan, dengan membawa sesuatu yang baru, jika indomaret tidak memperhatikan equitas merk yang sudah terbentuk dan baik saat ini, maka sulit mempertahankan yang telah dicapai, oleh sebab itu penulis ingin mengetahui apakah equitas merk Indomaret masih menjadikan kepuasan konsumen. Selain itu pelayanan yang diberikan oleh Indomaret salah satunya pembebasan pembelian dari beban kantong plastik, juga keramahan dan slogan yang selalu didengungkan karyawan indomaret, apakah juga masih bertahan memenuhi kepuasan konsumen Indomaret .

Berdasarkan analisa diatas, penganalisis akan menganalisa equitas merk yang sudah dimiliki Indomaret dan Kualitas pelayanan yang berbeda yang diberikan Indomaret akan dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen Indomaret. Sehingga penelitian ini berjudul **“Pengaruh Equitas Merk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Panglima Besar Sudirman 2 Pasuruan”**

1.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan analisa yang sudah dijabarkan, maka bisa diambil beberapa rumusan masalah, meliputi :

1. Akankah equitas Merk mempengaruhi secara parsial pada Kepuasan Konsumen PT Indomaret PB Sudirman Pasuruan.
2. Akankah Kualitas Layanan mempengaruhi secara parsial pada Kepuasan Konsumen PT Indomaret PB Sudirman Pasuruan.
3. Akankah equitas merk serta Kualitas pelayanan mempengaruhi secara simultan pada Kepuasan pelanggan PT Indomaret PB Sudirman Pasuruan.

4. Lebih dominan manakah antara equitas merk dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan PT Indomaret PB Sudirman Pasuruan.

1.3 Tujuan Penelitian.

Dalam rumusan masalah pada penelitian diatas, juga memiliki tujuan diantaranya yaitu :

1. Kepuasan konsumen PT Indomaret PB Sudirman Pasuruan perlu diketahui secara parsial pegaruhnya.
2. Sebagai analisa pengaruh secara parsial kualitas layanan pada kepuasan Konsumen PT Indomaret PB Sudirman Pasuruan.
3. Sebagai analisa pengaruh secara simultan equitas merk dan kualitas layanan pada kepuasan pelanggan PT PB Sudirman Pasuruan.
4. Sebagai analisa lebih dominan antara equitas merk dengan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PB Sudirman Pasuruan.

1.4 Manfaat Penelitian.

Adapun manfaat dalam penelitian ini bisa dilihat dari berbagai macam aspek, yaitu :

1. Segi Akademis.

Tambahan informasi untuk perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya saat ada yang membutuhkan dalam menjalankan penelitian berikutnya dengan bidang yang tidak berbeda.

2. Segi Pengembangan Ilmu Pengetahuan.

Sebuah wadah untuk menambah pengetahuan, menerapkan teori serta informasi yang sudah didapat ketika masa kuliah materi Manajemen Pemasaran. Terutama dengan memperdalam betapa pentingnya equitas merk dipertahankan dalam mendapatkan kepuasan konsumen yang lebih jauhnya akan berdampak pada loyalitas pelanggan.

3. Segi Praktis.

Di perusahaan ini semoga bisa membreikan hasil analisis untuk pertimbangan saat memberi keputusan serta memastikan kebijakan dalam Manajemen Pemasaran demi kelangsungan serta kemajuan perusahaan dalam melakukan evaluasi.