BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya jaman dan kemajuan teknologi memperlebar globalisasi, segala macam kemudahan dalam berkomunikasi disediakan untuk mempermudah dan memperluas jaringan bisnis menuju pasar bebas yang penuh dengan persaingan. Demikian yang terjadi di Indonesia saat ini, walaupun disaat terjadi krisis ekonomi dan moneter yang sampai saat ini belum ada tanda-tanda untuk menuju perbaikan dan ditambah semakin panasnya iklim politik yang sampai saat ini juga belum ada titik terang.

Ternyata keadaan seperti sekarang ini tidak menutup kemungkinan munculnya peluang usaha, baik usaha baru maupun pengembangan usaha yang sudah ada. Sebagai contoh adalah usaha dalam bidang swalayan yang terjadi di Gemolong, walaupun dalam keadaan sulit seperti sekarang ini ternyata tidak membuat lesu investor untuk menanamkan uangnya dalam usaha swalayan. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya mini market, Toserba dan toserba baru yang berada dalam wilayah Gemolong baik yang sifatnya perluasan usaha lama maupun usaha baru.

Salah satunya adalah Toserba Lestari Baru merupakan toserba pertama yang ada di Gemolong yang sudah berdiri dan beroperasi dari tahun 1995. berbagai barang baik untuk kebutuhan sheari-hari maupun yang bersifat sekunder tertata dan ditawarkan dengan harga yang menarik; selain hal

tersebut toserba Lestari Baru selalu berusaha menghindari kesalahan baik yang bersifat teknis maupun human error demi kepuasan konsumen yang mereka layani.

Pada dasarnya kepuasan konsumen adalah merupakan suatu tingkat perasaan pelanggan yang diperoleh setelah menikmati sesuatu. Apabila dijabarkan keterangan konsumen merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan realisasi yang diberikan oleh perusahaan dalam usaha memenuhi kepuasan konsumen. Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen tetapi pada dasarnya kepuasan konsumen dipengaruhi 5 faktor (Perasuraman, et al. 1988). Dari ke lima faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen penulis hanya mengambil dua faktor yang digunakan dalam penelitian yaitu faktor kualitas pelayanan dan fasilitas yang terdapat pada Toserba Lestari Baru karena ke 2 faktor tersebut berhubungan langsung dengan konsumen dan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dalam keadaan seperti sekarang ini dimana terdapat persaingan yang sangat kompetitif antara swalayan yang ada dalam satu wilayah kota Gemolong tentu tidak mudah bagi pihak Toserba Lestari Baru untuk dapat bersaing dengan swalayan baru yang memiliki fasilitas dan kemudahan dengan teknologi dan tata ruangan yang baru untuk memuaskan konsumen yang dilayani.

Dari fenomena tersebut menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian mengenai "faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen Toserba Lestari Baru"

1. *Tangible*

   Fasilitas yang dapat dilihat dan digunakan untuk kepuasan konsumen. Contoh: bangunan gedung, peralatan yang dimiliki, penampilan karyawan, promosi perusahaan.

2. *Reliability*

   Kehandalan karyawan dalam melayani konsumen. Contoh: kemampuan dalam menepati janji, memecahkan masalah pelanggan, memberikan pelayanan pertama, tidak melakukan kesalahan pencatatan transaksi.

3. *Responsiveness*

   Sikap tanggap, mau mendengar dan merespon konsumen. Contoh: kemampuan memberikan informasi yang tepat, memberikan pelayanan dengan segera, tidak menunjukkan sikap sibuk pada konsumen.

4. *Assurance*

   Rasa aman dan kenyamanan yang dirasakan dan diterima konsumen. Contoh: kredibilitas perusahaan memperlakukan konsumen secara sopan, karyawan memiliki pengetahuan dibidangnya, kenyamanan ruangan swalayan, keamanan baik di dalam maupun di luar perusahaan.

5. *Emphaty*

   Rasa kepedulian yang dimiliki oleh perusahaan terhadap konsumen. Contoh: karyawan memperhatikan konsumen secara pribadi, mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen.

B. Pembatasan Masalah dan Perumusan Masalah

1. Pembatasan masalah

Karena banyak hal yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen peneliti perlu memberikan penekanan masalah hanya pada:

a. Kualitas pelayanan yang dibatasi hanya pada apa yang diberikan karyawan terhadap kepuasan konsumen Lestari Baru.
b. Fasilitas yang terdapat dan disediakan di dalam dan di luar gedung Lestari Baru.
c. Tempat/lokasi keberadaan Lestari Baru.
d. Harga yang diterapkan oleh Toserba Lestari Baru

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

a. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen?
b. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen?
c. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen?
d. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen?
e. Diantara keempat variabel diatas manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penenlitian adalah untuk :

a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
b. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen.
c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
d. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.
e. Untuk mengetahui variabel dari citra super market yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

D. Manfaat Penenlitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian adalah :

1. Bagi Perusahaan (supermarket)

   Melalui penenlitian ini perusahan mampu melihat dengan jeli terhadap faktor-faktor yang mendorong kepuasan konsumen yaitu melalui faktor kualitas pelayanan, fasilitas,harga dan lokasi untuk peningkatan kualitas perusahaan.

2. Bagi Pembaca

   Melalui penelitian ini, pembaca menyalurkan harapannya untuk memperoleh kepuasan dalam berbelanja di supermarket.

3. Bagi Peneliti Lain

   Memberikan landasan untuk penelitian berikutnya dibidang yang sama di masa mendatang.

E. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sisitematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang pengertian mengenai pengertian manajemen pemasaran,konsep kualitas pelayanan,konsep kualitas,konsep harga,konsep lokasi. Dan kepuasan pelanggan.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang penentuan populasi, sample, dan metode pengambilan sample, metode pengumpulan data, varabel yang diteliti dan pengukurannya, teknik pengujian instrument dan data penelitian, serta metode analisis data.

BAB IV Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menguraikan analisis beserta interprestasi dari data yang telah dikumpulkan dan diolah dalam penelitian ini.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.