

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan perekonomian saat ini diikuti juga berkembangnya berbagai tempat berbelanja modern. Dalam bidang usaha perdagangan eceran (retailing) juga telah terjadi perubahan yang terus-menerus dan dikenal dengan istilah roda perdagangan eceran. Perubahan yang terus berlangsung dalam bisnis perdagangan eceran ini menunjukkan bahwa perdagangan eceran bersifat dinamis. Dalam hal ini bisnis perdagangan eceran terus berkembang seiring dengan keinginan dan selera pelanggan dan konsumen.

Banyak konsumen yang beralih ke tempat-tempat perbelanjaan yang mempunyai kelebihan dibandingkan berbelanja di pasar. Tempat-tempat berbelanja tersebut seperti swalayan. Sudah menjadi keinginan bagi semua pelaku bisnis, bahwa konsumen potensial akan menjadi konsumen-konsumen yang sesungguhnya. Konsumen yang sesungguhnya menjadi pelanggan dan pelanggan menjadi pelanggan tetap yang mempunyai kesetiaan.

Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting bagi keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Strategi yang didasarkan pada komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang memuaskan konsumen secara terus-menerus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan, baik yang menghasilkan barang nyata

maupun jasa. Hal ini dilakukan karena adanya kenyataan bahwa konsumen yang tidak loyal terhadap barang dan jasa yang dikonsumsinya akan mencari penyedia barang dan jasa dari perusahaan lain yang mampu memuaskan kebutuhan.

Di era perkembangan jaman saat ini loyalitas pelanggan merupakan suatu isu yang sangat menarik di bidang pemasaran. Perusahaan dituntut mampu menawarkan barang dan jasa dengan mutu atau pelayanan yang diberikan pada konsumen dari waktu ke waktu. Konsumen yang semakin pandai dan terdidik, menyebabkan keinginan dan kebutuhan berubah sangat cepat. Perusahaan sudah lebih berorientasi pada konsumen, agar dapat memenangkan persaingan. Dengan memberikan kepuasan pada konsumen akan membangun kesetiaan dan akhirnya dapat menciptakan hubungan yang erat antara konsumen dan perusahaan.

Penelitian empiris membuktikan bahwa kepuasan pelanggan saja tidak cukup membuat pelanggan loyal terhadap suatu produk atau jasa. Terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Loyalitas pelanggan menggambarkan para konsumen tidak hanya puas tetapi juga senang terhadap produk atau pelayanan. Konsumen semacam ini tidak hanya membeli kembali barang-barang atau pelayanan-pelayanan perusahaan, tetapi memperluas loyalitas mereka ke sejumlah besar barang dan pelayanan lainnya yang diproduksi oleh perusahaan. Memiliki pelanggan yang loyal memungkinkan sebuah perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan

konsumen juga jauh lebih besar dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang loyal pada perusahaan.

Loyalitas sendiri tidak dapat dipisahkan dari kepuasan pelanggan. Kepuasan dan loyalitas terkait secara erat dan tidak dapat dipisahkan. Tetapi hubungan keduanya bersifat asimetris mengingat pelanggan yang loyal kebanyakan adalah pelanggan yang terpuaskan, tetapi tidak semua kepuasan pelanggan bermakna loyalitas.

Dalam konsep pemasaran sudah menjadi pendapat yang umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan produk atau pelayanan mempengaruhi seseorang konsumen menjadi loyal. Pelanggan terus akan membeli dan menggunakannya serta memberi tahu orang lain tentang pengalamannya yang menyenangkan dengan produk pelayanan tersebut. Jika tidak puas mereka cenderung beralih ke merek serta mengajukan keberatan pada penyedia jasa pelayanan bahkan menceritakan pada pelanggan lain.

Swalayan Hardjono telah memiliki banyak pelanggan yang berbelanja di tempat tersebut. Hadirnya Swalayan Hardjono di daerah Baturetno telah memberikan keuntungan bagi konsumen karena ketersediaan pelayanan di setiap tempat merupakan harapan bagi konsumen. Di sisi lain kondisi tersebut akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat bagi swalayan seperti Alfamart. Manajemen Swalayan Hardjono dituntut untuk melakukan perubahan dalam hal mutu pelayanan, ketersediaan produk. Dengan berbagai perubahan itu tersebut diharapkan tercipta pelanggan swalayan.

Bisnis swalayan juga membutuhkan perencanaan manajemen dan perencanaan teknis yang baik. Perencanaan tersebut kemudian diimplementasikan secara tepat dan komprehensif, dengan demikian diharapkan Swalayan Hardjono mampu menyediakan produk-produk dan pelayanan yang unggul. Kondisi ini yang akan membantu mewujudkan kepuasan pelanggan Swalayan Hardjono. Kepuasan pelanggan pada gilirannya diharapkan akan membuat loyal terhadap Swalayan Hardjono.

Intensitas persaingan di sektor swalayan di Baturetno semakin tinggi menuntut Swalayan Hardjono untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pada seluruh konsumennya dan lebih baik dibandingkan dengan para pesaingnya. Oleh karena kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan inilah yang kiranya dapat mempengaruhi Swalayan Hardjono Baturetno untuk mendapatkan konsumen bahkan mempertahankan konsumen untuk dapat loyal. Oleh karena itulah pada penelitian ini penulis mencoba untuk menganalisis ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SWALAYAN HARDJONO BATURETNO.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Hardjono di Baturetno?

2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Hardjono di Baturetno?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Hardjono di Baturetno?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Hardjono di Baturetno?
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Hardjono di Baturetno?
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Hardjono di Baturetno?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak manajemen Swalayan Hardjono yang berupa informasi empiris yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah ditempuh perusahaan dalam merancang strategi dan mengimplementasikan program-program perbaikan kepuasan pelanggan yang secara terus-menerus untuk mendorong dan memperkuat loyalitas pelanggan.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori yang diharapkan mendukung pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi seperti definisi pemasaran, manajemen pemasaran, konsep pemasaran jasa, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, hubungan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari kerangka pemikiran, jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis data, metode pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional, uji instrumen, teknik analisis data, hipotesis.

BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi variabel penelitian, analisis kuantitatif, pembahasan analisis data serta hasil analisis terhadap data yang berkaitan dengan masalah yang sedang dihadapi.

BAB V PENUTUP

Bab ini penulis akan menerangkan hasil penelitian secara keseluruhan dalam suatu kesimpulan, memberikan saran-saran bagi pihak yang bersangkutan terhadap masalah yang diteliti serta keterbatasan masalah.