

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin pesatnya perkembangan teknologi, informasi dan ilmu pengetahuan, berpengaruh terhadap pola hidup masyarakat di Indonesia. Pengaruh tersebut sangat terlihat dengan semakin banyaknya berbagai fasilitas-fasilitas yang dapat memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Salah satu dampak dari pesatnya perkembangan akan kebutuhan masyarakat adalah semakin berkembangnya swalayan, supermarket, minimarket dan pusat perbelanjaan modern lainnya yang menawarkan berbagai kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidup secara mudah dan efisien. Semakin banyaknya pusat perbelanjaan yang didirikan, membuat persaingan antar pusat perbelanjaan semakin ketat. Ketatnya persaingan antar pusat perbelanjaan, membuat para pengusaha retail mengupayakan berbagai strategi pemasaran yang salah satunya mengenai perilaku konsumen dalam memilih pusat perbelanjaan. Hal ini menjadikan kompetisi di bidang bisnis retail semakin ketat, dimana yang dapat memenuhi harapan konsumen maka akan memenangkan persaingan (Simamora, 2002).

Dalam pelayanan terhadap kepuasan konsumen, perusahaan dituntut menemukan strategi yang tepat agar dapat memberikan pelayanan yang baik

dan memuaskan bagi konsumen. Salah satu usaha yang ditempuh untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumen adalah dengan cara melaksanakan strategi manajemen yang optimal dalam mengembangkan produk/ jasa yang bermutu tinggi dan memuaskan bagi konsumen, memperbaiki produktivitas karyawan sehingga menghasilkan pelayanan terhadap konsumen yang optimal.

Perusahaan retail tentunya sadar bahwa dalam era globalisasi, pemasaran merupakan kunci dan faktor penting untuk mencapai sukses. Pemasaran memusatkan perhatian pada konsumen karena dengan tercapainya kebutuhan dan kepuasan konsumen maka akan memberikan keuntungan yang layak bagi perusahaan dalam jangka panjang. Tujuan kegiatan pemasaran itu sendiri adalah mempengaruhi konsumen untuk membeli barang dan jasa perusahaan pada saat itu yang mereka butuhkan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2002;46).

Dengan adanya kemajuan sektor teknologi komunikasi informasi yang dipicu oleh perkembangan ekonomi dunia dan era globalisasi, mengakibatkan munculnya industri bisnis baru yang bergerak dalam bidang retail. Untuk itu seorang manajer harus selalu berinovasi terus-menerus dan menerapkan strategi yang menetap agar bisnis tersebut dapat berkembang dengan baik.

Di kawasan kabupaten Boyolali sudah berdiri beberapa supermarket dan minimarket yang antara lain Galaxy, Luwes, Mitra, Amigo, Indomart dan termasuk Alfamart serta masih banyak lagi yang lainnya. Dengan banyaknya

supermarket dan minimarket yang berdiri, mendorong persaingan antar minimarket dan supermarket menjadi sangat ketat. Hal tersebut menyebabkan setiap supermarket dan minimarket untuk meningkatkan strategi penjualan mereka termasuk juga kualitas jasa layanan mereka untuk dapat menarik lebih banyak lagi konsumen.

Alasan penulis memilih minimarket Alfamart, karena Alfamart merupakan salah satu minimarket sebagai jaringan minimarket pertama di Indonesia yang memperoleh sertifikat ISO 9001:2000 untuk sistem manajemen mutu. Alfamart memiliki jaringan retail terbesar dengan 2000 toko serta 3000 gerai yang tersebar hingga pelosok daerah menjadikan Alfamart sebagai tempat pilihan konsumen untuk berbelanja. Alfamart yang bermoto “Belanja Puas, Harga Pas” selalu dapat membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan harga yang murah serta bermutu tinggi. Tidak hanya itu, ruangan yang sudah dipasang penyejuk ruangan (AC), lokasi yang strategis, dan tempat yang nyaman untuk berbelanja yang memudahkan konsumen saat mencari barang yang ingin dibeli.

Peneliti memilih area di Boyolali saat melakukan penelitian karena dengan pertimbangan waktu, biaya dan tenaga serta kemudahan peneliti dalam mendapatkan responden. Melihat pentingnya kualitas jasa layanan dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya agar dapat terpuaskan, maka penulis tertarik untuk membuat skripsi dengan judul: **‘Pengaruh Faktor-Faktor Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Kasus Pada Minimarket Alfamart Di Boyolali)’**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka penulis memberikan perumusan masalah meliputi:

1. Apakah faktor jasa pelayanan (*responsive, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*) dapat mempengaruhi perilaku konsumen pada minimarket Alfamart di Boyolali?
2. Manakah faktor jasa pelayanan (*responsive, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*) yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada minimarket Alfamart di Boyolali?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis sehubungan dengan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor jasa pelayanan (*responsive, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*) terhadap perilaku konsumen pada minimarket Alfamart di Boyolali.
2. Untuk mengetahui faktor jasa pelayanan (*responsive, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*) yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada minimarket Alfamart di Boyolali.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk perencanaan atau untuk mengevaluasi perubahan strategi agar dapat menarik lebih banyak lagi konsumen dan terhindar dari kondisi keuangan yang buruk dan mengakibatkan kebangkrutan.

2. Bagi peneliti yang lain

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti yang lain.

E. Sistematika

Dalam sistematika ini akan dibahas hal-hal sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan beberapa hal yang menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan teori-teori dari hasil studi pustaka yang erat hubungannya dengan bidang penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi kerangka pemikiran yang menerangkan mengapa suatu metode analisis data dipergunakan, hipotesa, penentuan populasi dan sampel, data dan sumber data, dan rencana alat analisa yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat gambaran umum perusahaan, analisa dan pembahasan serta hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran.