

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang maju dan berkembang pesat khususnya di kota-kota besar, telah terjadi perubahan diberbagai sektor, termasuk dibidang industri dan produksi serta pada kegiatan eceran di Indonesia yang telah berkembang menjadi usaha yang berskala besar. Perkembangan bisnis eceran yang pesat ini tidak lepas dari faktor meningkatnya jumlah penduduk Indonesia dan juga meningkatnya jumlah pendapatan perkapita penduduk Indonesia yang menyebabkan taraf hidup masyarakat Indonesia semakin meningkat. Hal ini membawa dampak kepada pola perilaku belanja seseorang, dimana semakin meningkatnya taraf hidup seseorang maka tuntutan akan tempat berbelanja yang nyaman dan dapat menyediakan segala kebutuhan konsumen dalam satu lokasi semakin dibutuhkan.

Perkembangan yang terus menerus berlangsung dalam perdagangan eceran ini menunjukkan bahwa perdagangan eceran bersifat dinamis. Hal ini terjadi tidak lain karena perdagangan eceran ingin selalu berusaha memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Bentuk usaha eceran yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah swalayan.

Namun disadari dari usaha swalayan tak ubahnya seperti usaha-usaha lainnya yang didalam usahanya meningkatkan penjualan juga diliputi oleh persaingan. Para pengusaha swalayan berlomba-lomba membangun swalayan yang beraneka ragam dengan berbagai fasilitas dan pelayanan yang semakin

lengkap sebagai salah satu upaya yang dilakukan agar perusahaan dapat berhasil.

Merebut pangsa pasar dapat tercapai apabila perusahaan itu mampu mengetahui seberapa besar kepuasan yang didapatkan konsumen. Yang dimaksud dengan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2002 : 42).

Kesuksesan pemasaran swalayan dapat dicapai melalui pemfokusan pada kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Kualitas pelayanan bisa dilihat dari segi *Reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *Responsiveness* (ketanggapan dalam membantu dan memberi pelayanan yang cepat), *Assurance* (jaminan layanan), *Empathy* (kemampuan memahami keinginan pelanggan), dan *Tangibles* (tampilan fisik layanan) Parasuraman, dkk dalam Tjiptono, (2005:273).

GORO Assalam Surakarta sendiri adalah swalayan yang mempunyai lokasi yang strategis dan sudah dikenal oleh masyarakat di kota Surakarta, sehingga mudah dicapai oleh konsumen yang ingin berbelanja dan telah memiliki banyak pelanggan yang berbelanja di tempat tersebut.

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan. Berdasarkan uraian di atas maka dilakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada GORO Assalam Surakarta)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan melihat kualitas pelayanan yang mempunyai lima dimensi yaitu *Reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *Responsiveness* (ketanggapan dalam membantu dan memberi pelayanan yang cepat), *Assurance* (jaminan layanan), *Empathy* (kemampuan memahami keinginan pelanggan), dan *Tangibles* (tampilan fisik layanan), maka rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Swalayan GORO Assalam Surakarta?
2. Variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pelayanan Swalayan GORO Assalam Surakarta berdasarkan dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles* terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis diantara dimensi tingkat layanan yang ada, manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen GORO Assalam Surakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan pada GORO Assalam Surakarta untuk bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan perencanaan dan pengimplementasian strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, juga bermanfaat dalam merencanakan, mendesain, menganalisis, mengukur, mengimplementasikan, dan mengoperasikan serta memelihara tingkat layanan yang menguntungkan di masa sekarang dan di masa yang akan datang.

### 2. Bagi Peneliti

Diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan mampu diterapkan di dunia kerja.

### 3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi menambah wawasan pengetahuan dan tambahan informasi untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut.