

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dalam kehidupan tidak bisa lepas dari berbagai macam kebutuhan dan keinginan. Untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan tersebut manusia melakukan pembelian barang atau jasa. Tempat untuk melakukan pembelian barang atau jasa dinamakan pasar.

Pada mulanya pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli berkumpul untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Namun seiring perkembangan jaman dan teknologi munculah pasar-pasar modern untuk berbelanja. Salah satunya adalah swalayan relasi jaya yang mempunyai lebih banyak keunggulan jika dibanding pasar tradisional. Keunggulan yang dimiliki antara lain : nyaman, bersih, pelayanan yang baik walaupun harga yang ditawarkan sedikit mahal. Swlayan Relasi Jaya sadar adanya peningkatan kualitas kehidupan, penggunaan waktu yang efektif dan efisien serta gaya hidup yang semakin modern menjadikan masyarakat cenderung beralih ke pasar tradisional ke pasar modern. Dengan banyaknya usaha retail yang ada mengakibatkan semakin ketatnya persaingan. Ditengah persaingan tersebut Swlayan Relasi Jaya harus berusaha untuk dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini sesuai dengan konsep pemasaran yang

mengajarkan bahwa kegiatan perusahaan diawali dengan mengenali dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen, kemudian harus menyusun suatu kombinasi dari kebijakan produk, harga, promosi, dan distribusi setepat-tepatnya agar kebutuhan konsumen terpenuhi secara memuaskan. Karena kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat dibutuhkan untuk memajukan perusahaan. Faktor penting lain bagi keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif adalah loyalitas pelanggan, terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Loyalitas pelanggan lebih didasarkan pada beberapa aspek yaitu kualitas jasa dan kepuasan pelanggan.

Swalayan Relasi Jaya sebagai salah satu retail telah berupaya mempertahankan konsumennya. Berbagai upaya telah dilakukan Swalayan Relasi Jaya dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan sejenis. Salah satunya dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

Swalayan Relasi Jaya dipilih dengan pertimbangan adanya kemudahan mencari data dan juga karena sudah ada izin dari pihak Swalayan Relasi Jaya untuk melakukan penelitian disana.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis uraikan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan *tangibles* atau bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan pemoderator kepuasan konsumen pada Swalayan Relasi Jaya ?
2. Apakah kualitas pelayanan *reliability* atau keandalan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan pemoderator kepuasan konsumen pada Swalayan Relasi Jaya ?
3. Apakah kualitas pelayanan *responsivennes* atau ketanggapan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan pemoderator kepuasan konsumen pada Swalayan Relasi Jaya ?
4. Apakah kualitas pelayanan *assurance* atau jaminan dan kepastian berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan pemoderator kepuasan konsumen pada Swalayan Relasi Jaya ?
5. Apakah kualitas pelayanan *empathy* atau perhatian berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan pemoderator kepuasan konsumen pada Swalayan Relasi Jaya ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis signifikansi kualitas pelayanan *tangibles* atau bukti fisik terhadap loyalitas konsumen dengan pemoderator kepuasan konsumen pada Swalayan Relasi Jaya.
2. Menganalisis signifikansi kualitas pelayanan *reliability* atau keandalan terhadap loyalitas konsumen dengan pemoderator kepuasan konsumen pada Swalayan Relasi Jaya.
3. Menganalisis signifikansi kualitas pelayanan *responsivennes* atau ketanggapan terhadap loyalitas konsumen dengan pemoderator kepuasan konsumen pada Swalayan Relasi Jaya.
4. Menganalisis signifikansi kualitas pelayanan *assurance* atau jaminan dan kepastian terhadap loyalitas konsumen dengan pemoderator kepuasan konsumen pada Swalayan Relasi Jaya.
5. Menganalisis signifikansi kualitas pelayanan *empathy* atau perhatian terhadap loyalitas konsumen dengan pemoderator kepuasan konsumen pada Swalayan Relasi Jaya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi Swlayan Relasi Jaya dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan pelayanan swalayan.

2. Bagi Literatur

Dapat memberikan tambahan informasi dan referensi bacaan bagi mahasiswa yang akan menyusun skripsi.

E. Sistematika Laporan Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas mengenai pemasaran, konsep pemasaran, strategi pemasaran, *marketing mix*, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, penelitian terdahulu, hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tentang, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi oprasional, kerangka pemikiran, jumlah sampel dan teknik pengambilan sampel dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang keberadaan lokasi penelitian yang terdiri atas sejarah berdirinya, struktur organisasi personalia, *lay out*, kegiatan pemasaran. Dan tehnik analisis data yang sesuai dan telah ditetapkan untuk mencari pemecahan masalah yang diteliti, baik mengumpulkan data laporan tahunan kuisoner dan pembahasan hasil kuisoner.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan ditulis kesimpulan dan saran yang dijadikan acuan atau menambah pengetahuan bagi masyarakat maupun peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN