

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perusahaan di tuntut untuk mengenal pasar atau konsumennya, sebaiknya mungkin agar mendapatkan kesuksesan dalam persaingan. Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan.

Pada umumnya salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba, untuk itu seorang manajer harus dapat menentukan suatu kebijaksanaan yang dapat meningkatkan minat dan keputusan konsumen dalam membeli sebagai pengaruh pada peningkatan laba perusahaan sehingga kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

Pesatnya perkembangan pusat – pusat perbelanjaan saat ini diikuti juga muncul – munculnya tempat – tempat perbelanjaan di Surakarta. Semua itu tidak terlepas dari keunggulan – keunggulan yang di tawarkan oleh masing – masing pusat perbelanjaan tersebut. Misalnya menawarkan keunggulan berupa kebersihan, keamanan, harga, produk – produk pilihan, kelengkapan barang, serta pembeli dapat memilih sendiri barang – barang yang sesuai dengan selera pribadi.

Toko Serba Ada adalah salah satu saluran distribusi tidak langsung yang sudah seharusnya memberi pelayanan kepada konsumen dengan sebaik –

baiknya. Hal ini disebabkan berkembangnya suatu toserba tergantung pada pelayanan konsumen yang baik agar konsumen merasa puas. Apabila konsumen puas, mereka akan selalu berbelanja ditoserba tersebut. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus merupakan misi utama bagi seluruh toserba. Kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi banyak perusahaan – perusahaan masa kini dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan.

Kepuasan konsumen merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Adapun kepuasan diartikan sebagai “ tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya”. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, menjadi kurang sensitif terhadap harga dan cenderung memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Konsumen dalam berbelanja, juga mempertimbangkan dan memilih lokasi yang akan dikunjungi. Lokasi yang strategis dan tepat akan lebih menguntungkan, karena sebagian konsumen akan lebih menyukai yang dapat dijangkau dengan mudah. Lokasi usaha yang strategis dan dekat dengan tempat tinggal konsumen dan pelayanan yang baik secara tidak langsung akan mempengaruhi minat konsumen untuk berkunjung.

Selain masalah lokasi usaha, masih ada masalah yang lain yang tidak kalah pentingnya yaitu masalah pelayanan. Perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen agar merasa tertarik dan senang dalam melakukan pembelian atau transaksi. Pelayanan

yang cepat dan penampilan yang ramah sangat memungkinkan konsumen akan tertarik untuk membeli.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Wyckof (dalam Fandy Tjiptono 2005:260), “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”.

Beberapa pakar pemasaran jasa yaitu Parasurahman, Berry, Zeitzmal (2001:148) telah melakukan penelitian terhadap beberapa jenis perusahaan jasa dan berhasil mengidentifikasi faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan dalam lima dimensi. Adapun faktor tersebut adalah *tangible* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (perhatian).

Berdasarkan uraian diatas, maka lokasi usaha dan kualitas pelayanan sangat penting untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dan akan dilakukan penelitian terhadap kepuasan konsumen dengan judul : “**PENGARUH PENETAPAN LOKASI USAHA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOSERBA RELASI JAYA SURAKARTA TAHUN 2012**”.

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas serta agar mempermudah masalah yang akan dibahas maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Lokasi usaha yang meliputi: penggambaran tempat, rasio parkir, arus pejalan kaki, arus lalu lintas, jalan keluar masuk, dan akses transportasi terhadap kepuasan konsumen yang meliputi: kualitas produksi, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya pada Toserba Relasi Jaya bulan Agustus – Oktober di Surakarta tahun 2012.
2. Kualitas pelayanan yang meliputi *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen yang meliputi: kualitas produksi, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya pada Toserba Relasi Jaya bulan Agustus – Oktober di Surakarta tahun 2012.
3. Penelitian ini membahas masalah pengaruh antara lokasi usaha dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Relasi Jaya bulan Agustus – Oktober di Surakarta tahun 2012.

C. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini dimaksud untuk memudahkan peneliti dalam mengarahkan penelitian. Untuk itu peneliti membuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Relasi Jaya.
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Relasi Jaya.
3. Bagaimana pengaruh lokasi usaha dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Relasi Jaya.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Relasi Jaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Relasi Jaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara lokasi usaha dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Relasi Jaya.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dari segi ilmiah penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh antara lokasi usaha dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Toserba Relasi Jaya Surakarta

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi Toserba Relasi Jaya dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan, supaya bisa lebih memuaskan. Apabila ingin meningkatkan daya beli konsumen, sebaiknya menekankan pada dimensi kualitas pelayanan yang juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi konsumen

Melalui penelitian ini, konsumen dapat menyalurkan harapannya untuk memperoleh kepuasan dalam berbelanja di Toserba Relasi Jaya.

c. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan sebagai acuan atau referensi yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian yang sejenis.