

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya.

Sejalan dengan perkembangan jaman dan teknologi, usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang potensial bagi masyarakat senantiasa berubah. Selain itu masyarakat modern makin selektif menentukan dan mengatur kehidupannya. Untuk mencari pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari masyarakat dalam memilih dan memenuhi kebutuhannya mempertimbangkan adanya tempat membeli barang kebutuhan sehari-hari yang serba ada dan praktis.

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan terobosan-terobosan bagaimana pelanggan itu tidak meninggalkan perusahaan.

Pertokoan dengan model swalayan merupakan alternatif pemilihan tempat belanja yang tepat, serba ada dan mudah dijangkau, sebab seperti diketahui bahwa suatu swalayan menyediakan beragam jenis produk dan fashion, aksesoris, peralatan dan kebutuhan rumah tangga hingga makanan yang dapat diperoleh di suatu tempat berdasarkan karakteristik usia, tingkat penghasilan dan juga tingkat pendidikan.

Berbelanja pada suatu swalayan dapat menghemat waktu dan tenaga disela kesibukan pekerjaan sehari-hari, karena apa yang dibutuhkan ada di swalayan tersebut, perbedaannya hanya beda counter saja, disamping itu bagi masyarakat modern berbelanja di swalayan sekaligus sebagai rekreasi untuk menghilangkan kejenuhan setelah seharian bekerja.

Indikator-indikator bisnis itulah yang mendorong pengusaha untuk membuka swalayan diberbagai kota besar di Indonesia termasuk di Surakarta. Dewasa ini kota Surakarta selain sebagai kota pelajar juga berkembang menjadi tempat tujuan wisata baik pada hari libur maupun untuk berakhir pekan. Oleh karena itu Kota Surakarta memiliki banyak swalayan seperti di Matahari, grand mall, dan swalayan kecil seperti indomart dan alfamart. Menjamurnya usaha swalayan mendorong adanya persaingan yang ketat antara swalayan tersebut untuk menjaring konsumen, salah satu cara mengantisipasi persaingan itu dengan memberikan harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, promosi yang besar, variasi produk yang bermacam-macam, dan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada konsumen.

Carefour yang dulunya Alfa terletak di Solo Baru adalah salah satu perusahaan baru di Kota Surakarta disekitarnya dan merupakan perusahaan dagangan (swalayan) dengan harga eceran Carefour sebagai pemasar yang modern tidak hanya mementingkan menawarkan produk yang baik, penetapan harga yang layak dan terjangkau akan tetapi juga mengelola secara manajerial, dengan titik berat pada pemberian pelayanan yang baik dan memanjakan pada konsumennya.

Bertolak pada hal tersebut diatas penulis tertarik untuk meneliti bagaimana sesungguhnya pengaruh pelayanan yang diberikan oleh Carefour kepada para konsumen sehingga mereka tertarik untuk berbelanja. Dari latar belakang masalah yang ada penulis akan melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN DI “CAREFOUR “ SURAKARTA”.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian diatas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara harga, lokasi, promosi, variasi produk, pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah variabel harga yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat harga, lokasi, promosi, variasi produk, pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Mengetahui dan menganalisis variabel harga yang paling memberi pengaruh terhadap terhadap kepuasan pelanggan.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Carefour

Hasil penelitian ini bisa dijadikan sumber informasi dan sebagai dasar pertimbangan untuk melakukan pembenahan harga, promosi, variasi produk, pelayanan sehingga di masa mendatang lebih meningkat.

2. Bagi penulis

Penelitian ini akan memberikan pengalaman serta memanfaatkan teori-teori selama masa perkuliahan untuk diterapkan dalam praktek dan diharapkan dapat menambah kemampuan dan ketrampilan dalam menganalisis suatu masalah.

E. Sistematika Skripsi

Untuk menyusun laporan penelitian dalam bentuk skripsi digunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari : Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang uraian teori yang disusun berdasarkan studi pustaka yang digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis dan penelitian terdahulu

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri atas : Lokasi Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data. Metode Pengambilan Sampel, Definisi Operasional dan Metode Analisis Data.

BAB IV : HASIL ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dapat disajikan mengenai hasil penelitian dan analisis kepuasan pelanggan di Carefour.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menyajikan tentang: kesimpulan penelitian dan disajikan pula saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**