

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era sekarang ini banyak terjadi kemajuan dan perubahan yang terjadi di bidang ekonomi. Kemajuan dan perubahan ekonomi ini dipengaruhi oleh peningkatan status sosial dan ekonomi dan juga pola konsumsi masyarakat yang semakin kompleks. Peningkatan status sosial dan ekonomi tersebut berakibat pada perilaku dan gaya hidup terhadap suatu produk berubah.

Pola konsumsi yang semakin kompleks menyebabkan peredaran uang dimasyarakat semakin besar. Peredaran uang dimasyarakat semakin besar karena masyarakat yang semakin konsumtif. Hal ini membuka peluang yang besar bagi perusahaan yang bergerak dalam bisnis perekonomian untuk menawarkan jasanya.

Peluang besar dalam bisnis perekonomian ini mengakibatkan persaingan antar produsen dalam memenuhi kebutuhan para konsumen. Persaingan yang ketat menuntut para produsen semakin inovatif dan kreatif dalam menciptakan dan menawarkan produk atau jasa mereka. Selain itu, dalam dunia bisnis faktor kualitas layanan adalah faktor terpenting untuk dapat menentukan keberhasilan bisnis.

Kualitas layanan adalah penilaian konsumen dari perbandingan layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan konsumen. Konsumen akan merasa senang jika perusahaan memberikan layanan yang berkualitas. Sekarang

ini banyak berdiri perusahaan bisnis yang bergerak didalam dunia perekonomian, mulai dari perusahaan milik negara, perusahaan milik daerah, dan juga perusahaan milik swasta.

Perusahaan-perusahaan tersebut saling berlomba-lomba dalam menarik konsumen untuk menggunakan jasa dan membeli produk yang mereka tawarkan. Semakin banyak konsumen yang memakai jasa yang mereka tawarkan, maka akan semakin banyak keuntungan yang akan mereka dapatkan. Untuk itulah dibutuhkan strategi yang tepat untuk dapat mendapatkan dan memuaskan konsumen yang menggunakan jasa dan membeli produk yang mereka jual. Salah satu strategi yang sering dilakukan yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas.

Untuk dapat bersaing dan mempertahankan bisnis perekonomian dijamin sekarang, perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan juga terpercaya yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan dari konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan mempengaruhi tindakan konsumen berikutnya. Jika konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan maka konsumen akan percaya dan setia dengan perusahaan tersebut. Sedangkan kualitas yang tidak baik akan sangat mudah membuat konsumen beralih ke perusahaan atau merk lainnya.

Sehingga dapat dikatakan kualitas layanan merupakan faktor penting dalam mempertahankan konsumen, adapun variabel-variabel yang termasuk di dalamnya adalah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Tjiptono, 2007:33). Variabel-variabel tersebut merupakan variabel utama dalam mengukur kepuasan

konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hasil perbandingan jasa yang didapatkan konsumen dengan harapan dari konsumen.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan menggunakan jasa perusahaan secara berulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Salah satu perusahaan perekonomian yang banyak berkembang dengan menerapkan strategi kualitas pelayanan adalah perusahaan waralaba Indomaret. Indomaret adalah perusahaan perekonomian yang menerapkan strategi dengan lebih menjangkau ke konsumennya dengan cepat dan mudah. Indomaret menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dari konsumen. Lebih dari 3500 jenis produk makanan dan non-makanan tersedia untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari dengan pelayanan yang baik. Dengan memberikan pelayanan yang baik ini diharapkan dapat membuat konsumen percaya produk yang ditawarkan perusahaan minimarket ini . Jika dapat membuat konsumen puas dengan layanan yang diberikan, maka dengan sendirinya akan

dapat bersaing dengan pesaing bisnis waralaba lainnya karena dapat mempertahankan konsumennya.

Penilaian terhadap layanan yang diberikan oleh Indomaret sepenuhnya diserahkan kepada konsumen, karena konsumenlah yang menentukan apakah pelayanan yang diberikan tersebut berkualitas. Penilaian konsumen yang satu bisa berbeda dengan konsumen yang lainnya. Mengingat penilaian konsumen terhadap kualitas layanan berbeda-beda, maka oleh karena itu Indomaret dituntut kemampuannya untuk dapat dengan cepat menanggapi perubahan yang terjadi, seperti perubahan pola konsumsi, perubahan selera maupun perubahan peredaran uang melalui upaya-upaya yang diarahkan untuk menciptakan kepuasan konsumen, setelah kepuasan konsumen tercapai maka Indomaret diharapkan dapat mempertahankan kualitas layanan sehingga konsumen akan semakin banyak yang akan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan.

Dari uraian diatas dapat dirumuskan judul “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MINI MARKET (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Di Mojosongo Surakarta)**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan yang terdiri atas *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara individu (parsial) berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Indomaret Di Mojosongo Surakarta?
2. Apakah kualitas layanan yang terdiri atas *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara serentak (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Indomaret Di Mojosongo Surakarta?
3. Variabel apakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Indomaret Di Mojosongo Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui kualitas layanan yang terdiri atas *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara individu (parsial) berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Indomaret Di Mojosongo Surakarta.
2. Mengetahui kualitas layanan yang terdiri atas *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara serentak (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Indomaret Di Mojosongo Surakarta.
3. Mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Indomaret Di Mojosongo Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan Konsumen.

2. Bagi Fakultas

Sebagai salah satu tambahan referensi bagi penelitian-penelitian sejenis terutama kepada mahasiswa yang ingin melihat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan Konsumen.

3. Bagi Peneliti

Dapat menjadi perbandingan bagi peneliti antara teori yang didapatkan di perkuliahan dengan kenyataan dunia bisnis yang sebenarnya terjadi.