

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di kota Surakarta telah meningkatkan persaingan di antara supermarket. Setiap supermarket dituntut untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumennya secara terus menerus dan berkelanjutan, karena supermarket yang telah mampu memuaskan konsumen dan memiliki konsumen yang setia cenderung mampu bertahan dalam perubahan kondisi ekonomi.

Semakin banyaknya supermarket memberikan pilihan alternatif kepada konsumen untuk berbelanja. Setiap supermarket dituntut untuk memberikan kualitas barang dan jasa dengan baik. Begitu juga dengan kondisi yang ada di Surakarta khususnya, sangat banyak supermarket yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen yang loyal dengan menawarkan kelebihan supermarket dengan skala besar.

Kelangsungan hidup supermarket sangat tergantung pada Loyalitas Pelanggan. hal ini sesuai dengan hakekat bisnis dari Levitt (dalam Soepatini 1994) bahwa bisnis adalah bagaimana menciptakan pelanggan baru dan menjaga pelanggan yang sudah dimiliki. Selain itu seperti yang diungkapkan oleh Clothier (1994) bahwa tidak ada yang lebih baik bagi kegiatan bisnis dari pada mempunyai pelanggan setia yang terus menerus membeli barang berulang kali. Mereka adalah dasar bagi setiap bisnis/usaha yang mantap.

Mereka mengurangi keharusan untuk terus mencari pelanggan baru dan mereka merupakan bentuk iklan terbaik yang dapat dimiliki.

“Loyalitas Pelanggan adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek atau perusahaan” (Kotler, 2005: 18). Loyalitas pelanggan mutlak diperlukan oleh sebuah supermarket untuk dapat *survive* dan mampu bersaing dengan supermarket lain. Untuk membangun Loyalitas Pelanggan diperlukan adanya usaha-usaha dari supermarket untuk tetap memberikan kualitas terbaik dalam setiap produk yang dimilikinya, sehingga terbentuk persepsi kualitas yang kuat di benak konsumen. Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapat pelanggan yang baru. “Mempertahankan loyalitas pelanggan yang ada lebih penting dari pada menarik pelanggan baru Kotler (dalam Ali Hasan 2010).

Supermarket dituntut untuk mempertimbangkan dan mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Untuk itu supermarket mempertimbangkan berbagai variabel yang mempengaruhinya. Ada beberapa faktor yang menyebabkan seorang pelanggan loyal terhadap suatu supermarket. Bruiker (dalam Soepatini 1995: 2) menyebutkan faktor harga, pelayanan, kualitas produk dan ketersediaan produk yang menjadi pertimbangan seorang pelanggan untuk loyal pada perusahaan.

Menurut Kotler (dalam Soepatini 1995: 29) menjelaskan bahwa ketersediaan produk secara cukup dan lengkap dimaksudkan agar jangan sampai ada lubang luang yang dapat dimanfaatkan oleh para pesaing. Jika perusahaan tidak dapat dengan segera memenuhi permintaannya,

maka hal ini akan membawa kekosongan produk oleh pemakai akhir di tempat konsumennya. Jadi ketika pengecer atau konsumen tidak mendapatkan barang yang diinginkan dan terlalu lama menunggu barang yang diminta konsumen akan merasa kecewa sehingga konsumen dapat berpindah minatnya ke supermarket lain.

Dengan mengingat masyarakat Indonesia kebanyakan muslim maka supermarket seharusnya menyediakan produk yang terjamin kehalalannya. Halal Menurut Departemen Agama yang dimuat dalam KEPMENAG RI No 518 Tahun 2001 tentang pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal adalah: Tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam". Selain ketersediaan produk halal ada faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan yaitu Harga.

Kata harga sudah di kenal dan diketahui masyarakat luas. Harga merupakan suatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa (Lamb, dkk, 2011: 60). Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang atau jasa. Jadi supermarket harus memperhatikan variabel ini jika Harga terlalu mahal maka konsumenpun mengurungkan minatnya untuk membeli barang tersebut.

Semakin pintarnya konsumen di era ini faktor yang sangat di perhatikan adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya

(Kotler dan Armstrong, 2001: 354). Hal ini lah yang supermarket harus perhatikan sehingga supermarket tidak kehilangan konsumen.

Melihat begitu pentingnya pengaruh Ketersediaan Produk Halal, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dalam pengambilan keputusan pembelian produk yang tersedia pada supermarket, maka supermarket Assalam perlu mencari dan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang konsumen yang melakukan pembelian produk. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Ketersediaan Produk Halal, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada supermarket Assalam.

Oleh karena itu, perusahaan dalam menentukan loyalitas pelanggan perlu memahami dan melakukan analisis terlebih dahulu agar keinginan konsumen terpenuhi dan supermarket memiliki keuntungan sebanyak-banyaknya.

Dari fenomena dan teori yang diungkapkan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang loyalitas pelanggan. Penelitian ini membatasi penelitian terhadap faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan, yaitu Ketersediaan Produk Halal, Harga, dan Kualitas Produk.

Penelitian ini mengambil sampel dari konsumen Supermarket Assalam. Itulah yang menjadi alasan dasar mengapa Penulis mengambil judul dalam penyusunan penelitian ini, **“ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK HALAL, HARGA, DAN KUALITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI ASSALAM HYPERMART SUKOHARJO”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Ketersediaan Produk Halal terhadap Loyalitas Pelanggan Assalam Hypermart?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Assalam Hypermart?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Assalam Hypermart?
4. Apakah Ketersediaan Produk Halal, Harga, dan Kualitas Produk, mampu secara bermakna menjelaskan Loyalitas Pelanggan Assalam Hypermart?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin di capai di penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Ketersediaan Produk Halal terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.
4. Untuk menganalisis apakah Ketersediaan Produk Halal, Harga dan Kualitas Produk, mampu secara bermakna menjelaskan Loyalitas Pelanggan Assalam Hypermart?

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan informasi untuk Loyalitas Pelanggan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi pemasaran.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman isi dari skripsi maka penulis memberikan gambaran secara garis besar masing-masing bab. Secara keseluruhan skripsi ini akan terbagi dalam lima bab yang terdiri dari:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang: latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, manfaat penelitian , manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penjelasan dan beberapa teori mengenai: loyalitas pelanggan, ketersediaan produk halal, harga dan kualitas produk serta referensi yang mendukung, hubungan ketiga variable tersebut dengan variable loyalitas pelanggan beserta hipotesis

pengaruh masing-masing, penelitian terdahulu dan kerangka pikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai definisi operasional variabel pengukuran populasi, dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV: PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi diskripsi obyek penelitian, deksripsi responden beserta indeks jawabannya, hasil penelitian dari hasil yang ditemukan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan akhir, kekurangan penelitian, rekomendasi bagi penelitian di masa mendatang dan saran bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN