

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, iklim kompetisi dalam dunia perdagangan semakin terasa. Di sisi lain perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Kondisi persaingan yang semakin ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh pihak perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar, pimpinan harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dan berusaha menghasilkan kinerja sebaik mungkin, sehingga dapat memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu hal yang penting dalam sebuah pemasaran. Apabila pelanggan merasa puas akan sebuah produk dari suatu merek, maka yang umumnya terjadi pelanggan akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Dalam hal ini juga tidak menutup kemungkinan pelanggan akan memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas produk yang telah digunakannya. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas maka mereka cenderung akan beralih ke merek lain (Fandi dan Diana, 2000).

Kemajuan teknologi akhir-akhir ini telah memicu selera masyarakat makin bervariasi, sedangkan dari sisi pedagang terutama yang memiliki modal besar melakukan perubahan metode atau cara dalam memasarkan produknya. Saat ini kecenderungan yang terjadi adalah menawarkan cara berbelanja yang

modern kepada konsumen, ini terutama dilakukan oleh pedagang ritel (kebutuhan rumah tangga umumnya dijual secara ritel). Hal ini dapat dilihat dengan mulai menjamurnya pasar- pasar modern atau mulai didirikannya pasar modern (supermarket, swalayan, hypermarket) di banyak kota termasuk kota Boyolali. Ritel yang berfokus pada penjualan barang sehari-hari secara garis besar terbagi dua, yaitu pasar tradisional dan ritel modern. Pengertian pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Sementara, ritel modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*). Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternative produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2005). Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupiyoadi, 2001).

Galaxy Swalayan merupakan ritel modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*) sehingga menarik konsumen umum dari semua kalangan berstatus. Galaxy Swalayan memberikan bukti bahwa memiliki kualitas pelayanan yang handal baik dari segi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *tangible*, *empathy* hal tersebut merupakan faktor kunci dalam memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dimenangkan dari kecerdikan untuk selalu memberikan persepsi nilai (*perceived value*) yang tinggi kepada konsumen.

Konsep pengukuran atau penilaian kualitas pelayanan yang pernah dikembangkan oleh (Zeithaml, Parasuraman dan Leonard, 1990). Kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu: *Tangible* (Berwujud), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati).

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka penulis mengambil judul penelitian “**Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen “Galaxy Swalayan ” Di Kabupaten Boyolali**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh *reliability* (kehandalan), *responsive* (daya tanggap), *assuranve* (jaminan), *tangibles* (bukti fisik), *empathy* (perhatian) terhadap kepuasan konsumen pada “Galaxy Swalayan ” di Kabupaten Boyolali ?
2. Dari ke 5 dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada “Galaxy Swalayan” di Kabupaten Boyolali?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* (kehandalan), *responsive* (daya tanggap), *assuranve* (jaminan), *tangibles* (bukti fisik), *empathy* (perhatian) terhadap kepuasan konsumen pada “Galaxy Swalayan ” di Boyolali ?
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling diominan pengaruhnya antara *reliability* (kehandalan), *responsive* (daya tanggap), *assuranve* (jaminan), *tangibles* (bukti fisik), *empathy* (perhatian) terhadap kepuasan konsumen pada “Galaxy Swalayan ” di Boyolali ?

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dari segi teoritis maupun praktis :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada ritel modern.
- b. Penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan dalam perkembangan ilmu ekonomi khususnya di bidang ekonomi manajemen.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan acuan untuk penelitian selanjutnya atau dapat dikembangkan lagi dengan variabel sejenis atau variabel yang lebih kompleks.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pengusaha, penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan untuk lebih memahami kepuasan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan guna memperoleh kepuasan konsumen yang lebih optimal.
- b. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan wawasan untuk lebih memahami kualitas pelayanan.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang teori-teori mengenai Pemasaran, manajemen pemasaran, konsep pemasaran, jasa, kualitas pelayanan, konsep kepuasan konsumen, kerangka pemikiran, hipotesis dan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang populasi dan sampel, definisi operasional variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan serta metode analisis data.

BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan gambaran umum “Galaxy Swalayan” di Boyolali, pelaksanaan penelitian, deskripsi data, analisa data dan pembahasan serta hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN