

**ANALISIS FAKTOR HARGA, LOKASI, PELAYANAN, PROMOSI  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SUPERMARKET  
LESTARI GEMOLONG SRAGEN 2008/2009**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Guna mencapai derajat Sarjana S-1  
Pendidikan Akuntansi



**Disusun Oleh :**

**PUJI ASTUTIK**  
**A 210 050 061**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2009**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era pembangunan yang semakin berkembang, pertumbuhan ekonomi dan industri di Indonesia telah banyak mengalami kemajuan yang sangat pesat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan konsumen sehingga menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama. Perusahaan harus dapat memberikan kepada pelanggan barang atau jasa yang mempunyai nilai lebih tinggi, dengan mutu lebih baik, harga lebih murah, lokasi yang strategis dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya.

Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif seperti sekarang ini, perusahaan semakin menyadari betapa sentralnya peranan pelanggan dalam bisnis mereka. Perusahaan semakin menyadari pelangganlah yang menjadi alasan keberadaan mereka. Dari kesadaran tersebut perusahaan akan menjadikan pelanggan sebagai fokus dari usaha-usaha mereka dan berusaha menjadikan loyalitas pelanggan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Seiring dengan perkembangan jaman, keberadaan pasar tradisional mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya bisnis eceran modern. Bisnis eceran atau biasa disebut dengan pedagang eceran semakin terasa keberadaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Berbagai macam pusat perbelanjaan

eceran mulai bermunculan dengan bermacam bentuk dan ukuran. Beberapa contoh bentuk pusat perbelanjaan eceran misalnya minimarket dan supermarket.

Berkembangnya pusat-pusat pembelanjaan saat ini diikuti juga munculnya tempat-tempat perbelanjaan modern yang salah satunya di Supermarket Lestari yang tepatnya berada di Jl. Sukowati Gemolong Sragen yang ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Misalnya, kelengkapan barang, produk-produk pilihan, kebersihan, kenyamanan, harga, dan kualitas. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus merupakan misi utama bagi sebuah Supermarket dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi banyak perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Promosi akan kualitas jasa serta produk yang ditawarkan dengan harga murah didukung fasilitas juga menjadi modal utama untuk menarik minat konsumen.

Konsumen dalam berbelanja juga mempertimbangkan dan memilih lokasi yang akan dikunjungi. Lokasi yang strategis dan tepat akan lebih menguntungkan karena sebagai konsumen akan lebih menyukai tempat yang mudah dijangkau yang secara tidak langsung akan mempengaruhi minat konsumen untuk berkunjung.

Basu Swastha (2001:187) mengemukakan bahwa “lokasi (*place*) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen”. Harga adalah variabel penuh resiko untuk dijadikan dasar dalam mengembangkan program

pemasaran tetapi beberapa pengecer bekerja baik dan harga sebagai salah satu daya tarik mereka (James F. Engel, Blacwell, Miniard : 1995 :259). Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepemilikan apapun produksi layanan bisa berhubungan dengan promosi fisik maupun tidak (Bilson Simamora, 2001 :172). Promosi adalah salah satu kegiatan dalam bidang pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan jalan mempengaruhi konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung (Alex S. Niti Semito, 1993 : 126)

Semua faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen seperti harga, lokasi, pelayanan dan promosi tentang Supermarket Lestari belum tentu dapat menciptakan loyalitas bagi pelanggannya secara optimal, sehingga perlu dievaluasi kembali beserta seberapa besar pengaruhnya terhadap para pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang **“ANALISIS FAKTOR HARGA, LOKASI, PELAYANAN, PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SUPERMARKET LESTARI GEMOLONG SRAGEN 2008/2009 ”**

## **B. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah sangat penting karena dapat digunakan untuk mengarahkan analisis dan pengumpulan data, selain itu untuk menghindari kemungkinan terjadinya kesalahan dalam penafsiran judul. Menurut Sutarto

(2005:123) faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah harga, lokasi, pelayanan dan promosi.

1. Faktor harga merupakan variabel penuh resiko untuk dijadikan dasar dalam mengembangkan program pemasaran tetapi beberapa pengecer bekerja baik dan harga sebagai salah satu daya tarik mereka. Adanya diskon dan harga murah dengan kualitas tinggi akan menyebabkan konsumen menjadi loyal terhadap supermarket.
2. Faktor lokasi prinsip yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi suatu bisnis yaitu daerah pedagang cukup potensial, tempat mudah dijangkau, mempunyai potensi pertumbuhan, terletak dalam arus bisnis, menciptakan daya tarik, dalam lalu lintas lancar, persaingan kecil.
3. Faktor pelayanan diukur dengan keramahan, kecakapan karyawan, kesopanan, penampilan fisik, kelengkapan fasilitas perusahaan dalam melayani permintaan konsumen yang dapat memberikan kesan yang positif terhadap konsumen karena akan tercapai kenyamanan dalam diri konsumen sehingga akan mampu menyebabkan konsumen loyal dalam waktu sekarang dan waktu berikutnya.
4. Faktor promosi yang menarik baik dengan menambah ukuran iklan cetak atau menggunakan warna yang mencolok dan terus menerus melalui berbagai media massa akan sangat membantu dalam mempengaruhi minat konsumen menjadi loyal terhadap Supermarket

### **C. Perumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh faktor harga terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Lestari Gemolong Sragen?
2. Adakah pengaruh faktor lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Lestari Gemolong Sragen?
3. Adakah pengaruh faktor pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Lestari Gemolong Sragen?
4. Adakah pengaruh faktor promosi terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Lestari Gemolong Sragen?
5. Adakah pengaruh faktor harga, lokasi, pelayanan dan promosi terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Lestari Gemolong Sragen?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor harga terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Lestari Gemolong Sragen.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Lestari Gemolong Sragen.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Lestari Gemolong Sragen.

4. Untuk mengetahui pengaruh faktor promosi terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Lestari Gemolong Sragen.
5. Untuk mengetahui pengaruh faktor harga, lokasi, pelayanan dan promosi terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Lestari Gemolong Sragen.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat sebagai sarana untuk menambah dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di Perguruan Tinggi dan juga untuk memperluas wawasan pemikiran dan mempertajam kemampuan pengamatan dan penganalisaan.

2. Bagi Supermaket Lestari

Sebagai sumber informasi dan masukan bagi manajemen Supermaket Lestari untuk meningkatkan terus *customer value* sehingga diminati terus oleh konsumen.

3. Bagi pihak lain

Menambah wawasan bagi pembaca tentang bagaimana memilih tempat belanja yang memuaskan sekaligus sebagai bahan acuan untuk perbandingan dalam penelitian serupa

## **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai skripsi yang penulis susun, maka akan dikemukakan sistematika sebagai berikut:

Bagian awal:

Berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, abstraksi.

Bagian isi:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan skripsi

### **BAB II KAJIAN TEORI**

Bab ini berisi tentang pengertian pemasaran, perilaku konsumen, loyalitas konsumen, harga, lokasi, pelayanan, promosi, penelitian terdahulu, hubungan antara variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang pengertian metode penelitian, jenis penelitian, tempat penelitian, populasi, sampel, dan sampling, sumber data, teknik pengumpulan data, uji instrument, analisis data.



#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.