

**“ANALISIS PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”
(Studi pada Alfamart Surakarta)**

Diajukan Sebagai Syarat
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1 Ekonomi Manajemen



Oleh :

ABDUS SOMAD

B 100 050 170

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang maju dan berkembang pesat, telah terjadi perubahan diberbagai sektor, termasuk dibidang industri dan produksi serta pada kegiatan eceran di Indonesia yang telah berkembang menjadi usaha yang berskala besar. Perkembangan bisnis eceran yang pesat ini tidak lepas dari faktor meningkatnya jumlah penduduk Indonesia dan juga meningkatnya jumlah pendapatan perkapita penduduk Indonesia yang menyebabkan taraf hidup masyarakat Indonesia semakin meningkat. Hal ini membawa dampak kepada pola perilaku belanja seseorang, dimana semakin meningkatnya taraf hidup seseorang maka tuntutan akan tempat berbelanja yang nyaman dan dapat menyediakan segala kebutuhan konsumen dalam satu lokasi semakin dibutuhkan.

Perkembangan yang terus menerus berlangsung dalam perdagangan eceran ini menunjukkan bahwa perdagangan eceran bersifat dinamis. Hal ini terjadi tidak lain karena perdagangan eceran ingin selalu berusaha memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen (perdagangannya). Bisnis eceran atau biasa disebut dengan pedagang eceran semakin terasa keberadaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Berbagai macam pusat perbelanjaan eceran bermunculan dengan bermacam bentuk dan ukuran. Beberapa contoh bentuk pusat perbelanjaan eceran misalnya minimarket, supermarket dan hipermarket.

Persaingan yang ketat di bisnis ritel, khususnya di Indonesia, juga disebabkan semakin banyaknya bisnis ritel luar negeri yang memasuki pasar domestik. Masuknya bisnis ritel dari luar negeri yang dikelola secara profesional menuntut bisnis ritel domestik untuk dikelola secara profesional pula agar mampu bersaing dalam melayani konsumen.

Persaingan untuk memperebutkan konsumen di bisnis ritel pun semakin ketat dengan semakin banyaknya pusat perbelanjaan domestik yang bermunculan. Realitas kompetitifnya adalah pusat-pusat perbelanjaan harus bekerja sekeras mungkin untuk menarik konsumen dari pusat perbelanjaan lain.

Menyikapi kondisi di atas, PT Sumber Alfaria Trijaya atau yang lebih dikenal dengan nama Alfamart telah dirintis atau berdiri pada tahun 1997 dan mulai bergerak dalam usaha waralaba sejak 2002 dengan berbagai strategi telah dijalankan agar tetap bertahan sehingga sampai Oktober 2009 jumlah toko yang dimiliki mencapai lebih dari 3.000 outlet/gerai yang telah tersebar di Pulau Jawa, Bali, dan Lampung (www.alfamart.com). Salah satu strategi agar Alfamart mampu bersaing adalah dengan membangun citra perusahaan yang baik di mata konsumen maupun publik, karena citra perusahaan dapat mempengaruhi proses pembelian suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, citra menjadi faktor penting bagi keberhasilan pemasaran.

Disamping itu, untuk menciptakan kepuasan pelanggan agar tetap loyal, PT. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) memberikan fasilitas *Member Card* yang dapat dimiliki oleh pelanggan Alfamart. Kartu tersebut mempunyai beberapa fasilitas yang dapat dinikmati oleh pelanggan berupa potongan harga atau diskon ketika melakukan transaksi pembelian. Disamping itu, pelanggan juga mendapatkan poin yang bisa

ditukar dengan kartu undian setiap melakukan pembelian produk dengan jumlah harga tertentu yang pada waktunya akan diundi untuk mendapatkan hadiah dari Alfamart.

Dan masih banyak program-program lainnya, dimana semua program tersebut bertujuan untuk menarik, mengelola dan mempertahankan pelanggan agar tetap terjaga loyalitasnya. Menyadari pentingnya usaha untuk membangun loyalitas pelanggan, maka akan diteliti pengaruh kepuasan pelanggan serta citra perusahaan pada loyalitas pelanggan di Alfamart Surakarta.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh pada loyalitas pelanggan?
3. Apakah status keanggotaan pelanggan membedakan hubungan variabel kepuasan pelanggan dan citra perusahaan dengan loyalitas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menguji pengaruh citra perusahaan pada loyalitas pelanggan.
2. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan.
3. Menguji perbedaan status keanggotaan pelanggan pada hubungan variabel citra perusahaan dan kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi praktisi bisnis dan manajemen perusahaan, hasil ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dan pedoman dalam penentuan strategi menjaga hubungan pelanggan.
2. Bagi akademis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan kajian bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik loyalitas pelanggan.
3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mampu menanamkan pengetahuan mengenai pengaruh kepuasan dan citra pada loyalitas pelanggan.

E. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini fokus terhadap inti masalah yang akan diteliti, maka perlu adanya pembatasan permasalahan sebagai berikut :

1. Subjek penelitian ini adalah masyarakat umum yang menjadi pelanggan Alfamart Surakarta baik yang mempunyai kartu pelanggan atau tidak.
2. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh citra perusahaan dan kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan sesuai dengan model *of the relationship between hotel emage, customer satisfaction and customer loyalty* dari Kadampully dan Suhartanto.