

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan persaingan bisnis di era globalisasi ini dalam bidang ekonomi semakin membuka peluang pengusaha untuk membuka bisnis, dampak globalisasi dan kemajuan teknologi menyebabkan perusahaan yang terdiri dari berbagai macam perusahaan seperti perusahaan minuman, makanan, pakaian, elektronik dan lain-lain dapat berkembang dengan cepat. Para pelaku usaha dituntut untuk mengerti kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Dengan kondisi persaingan yang ketat pada era globalisa ini, perusahaan harus mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi keinginannya. Di dalam lingkungan yang terus pesat perkembangannya, perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan memanfaatkan kesempatan dan peluang yang ada, dan dapat mengkoordinasi semua kegiatan yang dapat membantu dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan .

Salah satu contoh usaha yang terus berinovasi dan menarik perhatian konsumen adalah usaha industri *retail* seperti swalayan atau *hypermart.*, *departement store*, dan masih banyak berbagai macam lainnya. Dalam konsep usaha industri *retail* memudahkan konsumen dapat memilih langsung apa yang mereka perlukan tanpa harus menunggu

dilayani oleh penjual dan berbelanja dengan nyaman. Konsumen lebih memilih datang langsung ke swalayan, *hypermart*, atau *departement store* karena ditempat ini tersedia banyak jenis barang yang dibutuhkan konsumen mulai dari peralatan elektronik, makanan, sayuran dan buah-buahan, kebutuhan rumah tangga dan individu, dan barang-barang kebutuhan lainnya dengan lingkungan yang nyaman dan aman, dan sering menawarkan promosi-promosi untuk produk yang dijual. *Retailing* adalah salah satu rangkaian bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari *retailing* adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri (Levy, 2007).

Salah satu usaha di bidang *retail* di kota Surakarta adalah Assalam *Hypermart* yang sudah menjadi tempat kepercayaan pelanggan khususnya kota Surakarta. Assalam *Hypermart* Surakarta menyediakan semua kebutuhan barang eceran yang diperlukan oleh pelanggan dengan berbagai jenis produk yang dijual seperti makanan, alat kebutuhan rumah tangga, pakaian, dan lain-lain.

Assalam *Hypermart* Surakarta yang sudah menjadi salah satu pilihan para konsumen untuk bisa memenuhi kebutuhan sehari-harinya, karena di Assalam *Hypermart* Surakarta menyediakan berbagai jenis kebutuhan secara lengkap dan berkualitas sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Assalam *Hypermart* Surakarta dinilai mampu untuk mempertahankan loyalitas pelanggan melalui proses pengembangan dan

meningkatkan komitmen pelanggan agar kembali berbelanja. Oleh karena itu, dengan mengutamakan loyalitas pelanggan juga dapat mencapai tujuan untuk meningkatkan profit yang didapatkan.

Menurut Oliver dalam Huriyati (2010) mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan adalah sebagai komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan harus tetap mampu untuk bisa merebut hati pelanggan dan membuat mereka menjadi loyal. Sehingga dengan adanya kondisi persaingan yang kompetitif, produsen harus mulai menyadari betapa pentingnya peran pelanggan dalam usaha mereka dan menjadikan pelanggan sebagai alasan utama keberadaan usaha mereka.

Imbalan dari loyalitas pelanggan sendiri bersifat jangka panjang dan kumulatif, jadi semakin lama seorang pelanggan loyal terhadap suatu produk atau jasa menjadi semakin besar juga profit atau laba yang didapatkan perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada perusahaan adalah kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Parasuraman *et al*(1985) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan ditandai dengan fitur berikut yaitu *intangibility*, heterogenitas (berarti inkonsistensi dalam ketentuan kualitas), ketidakterpisahan (artinya

dikonsumsi seperti yang dihasilkan). Oleh karena itu, kontak pelanggan merupakan faktor kunci dari kualitas pelayanan.

Persepsi kualitas pelayanan adalah fungsi dari apa yang diterima secara aktual oleh pelanggan dan bagaimana cara pelayanan perusahaan tersampaikan secara baik kepada pelanggan. Jika kinerja pelayanan perusahaan dibawah harapan pelanggan, maka pelanggan tidak puas sedangkan jika kinerja pelayanan melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas atau senang.

Loyalitas akan berlanjut dirasakan oleh pelanggan selama masih merasakan bahwa ia sudah menerima nilai yang lebih baik dari suatu produk, termasuk kualitas yang lebih tinggi dalam kaitannya dengan harga dibandingkan dengan yang diperoleh (Lovelock, 2007).

Menurut Kotler dan Keller (2009), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Sehingga perusahaan harus memberikan harga sesuai dengan manfaat atas produk tersebut, karena pelanggan akan memilih harga produk sesuai dengan manfaat yang diberikan produk yang dibeli.

Sehingga harga juga harus disertai dengan kualitas produk yang baik, dengan pengenalan dan pemahaman kondisi produk yang sesuai dengan harga yang diberikan perusahaan maka pelanggan juga akan bebas menentukan tarif berapa yang akan dikeluarkan untuk membeli produk tersebut. Di sisi lain perusahaan dalam menentukan kualitas produknya,

perusahaan harus menggunakan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Karena pelanggan adalah orang yang menerima produk yang diberikan oleh perusahaan, maka pelanggan yang menentukan kualitas produk dan hanya pelanggan yang menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

Menurut Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik atau suatu jasa yang bergantung pada kemampuan yang dimilikinya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dengan usaha meningkatkan kualitas produk perusahaan, pelanggan diharapkan agar terus menjadi setia yang nantinya akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus terlibat dalam mengetahui apa saja dan bagaimana yang diinginkan oleh pelanggan, sehingga pelanggan juga akan menjadi senang atau puas bahwa apa yang mereka harapkan dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Pemilihan lokasi terhadap loyalitas juga memberikan dampak yang positif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut Swastha (2009) mengemukakan bahwa lokasi (*place*) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen.

Menentukan lokasi untuk tempat setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi perusahaan, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi juga

merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan datang untuk memenuhi kebutuhannya.

Di Surakarta sudah banyak bisnis dibidang *hypermart* sehingga juga banyak para pelaku usaha dibidang tersebut yang berlomba-lomba untuk terus memajukan bisnisnya, oleh karena itu Assalam *Hypermart* Surakarta untuk terus menarik perhatian pelanggan juga harus tetap menentukan cara bagaimana mempertahankan para pelanggannya dan sekaligus juga mendapatkan pelanggan yang baru. Untuk bisa meningkatkan loyalitas pelanggannya, Assalam *Hypermart* harus meningkatkan kualitas pelayanan, harga yang ditawarkan juga harus memiliki daya saing dengan yang ditawarkan pesaingnya, kualitas produk yang harus diperhatikan, dan lokasi menjadi salah satu faktor tambahan untuk menarik perhatian pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada *hypermart* Surakarta dengan judul **“Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Assalam *Hypermart* Surakarta“**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Assalam *Hypermart* Surakarta?

2. Apakah harga produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Assalam *Hypermart* Surakarta?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Assalam *Hypermart* Surakarta?
4. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Assalam *Hypermart* Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Assalam *Hypermart* Surakarta.
2. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan di Assalam *Hypermart* Surakarta.
3. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Assalam *Hypermart* Surakarta
4. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Assalam *Hypermart* Surakarta

D. Manfaat Penelitian

Sebagaimana yang telah diuraikan diatas, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain:

- a. Manfaat praktis

Memberikan informasi bagi dunia bisnis khususnya bisnis *retail* agar dapat mengembangkan dan menjadikan perusahaan lebih maju serta meraih keuntungan.

b. Manfaat teoritis

Memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran untuk acuan studi ilmiah tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Assalam *Hypermart* di Surakarta. Selain itu, untuk memberikan informasi, wawasan, bahan referensi, dan bacaan. Untuk menambah pengetahuan bagi pembaca

c. Manfaat bagi peneliti

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

d. Manfaat bagi pembaca

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan terutama perusahaan *retail*
2. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya

e. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian sejenis lainnya

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan merupakan suatu pola dalam menyusun karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar bab demi bab. Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas beberapa hal seperti latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan secara keseluruhan

BAB II TINJAUAN PUSTKA

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan teoritis variabel-variabel yang teliti, telah pustaka yang berisikan tentang uraian sistematika mengenai hasil peneliti terdahulu, kerangka teoritik guna untuk menganalisis suatu masalah, serta hipotesis yang merupakan perumusan dari landasan teori yang merupakan jawaban sementara terhadap penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan mengenai gambaran fisik yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik ini meliputi uraian tentang kondisi objek dan subyek penelitian, proses penelitian kondisi populasi, penentuan sampel, serta alat yang digunakan baik dalam pengumpulan data maupun analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskripsi objek penelitian yang meliputi deskripsi objek penelitian yang meliputi deskripsi perusahaan, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan atas hasil pembahasan analisis data penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.