

**ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA ALFAMART DI SURAKARTA)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

PIPIT SISWANTO
B 100 060 006

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak pelanggan. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan dalam lokasi dan kualitas pelayanan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen.

Bagi setiap swalayan perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi variabel utama lokasi dan kualitas pelayanan dari sudut pandang konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan riset untuk mengidentifikasi variabel yang paling penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang memberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan variabel-variabel tersebut. Dengan menganalisa tanggapan konsumen terhadap variabel-variabel tersebut maka perusahaan dapat menilai variabel mana yang belum sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga dengan demikian dapat diketahui posisi relatif perusahaan dimata konsumen.

Alfamart merupakan salah satu alat pengusaha yang termasuk dalam usaha swalayan yang menyediakan produk kebutuhan sehari-hari bagi konsumen. Pada garis besarnya, perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Menyadari hal tersebut diatas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk mencapai keberhasilan pemasaran.

Masyarakat selaku konsumen tidak dengan begitu saja membeli produk tanpa mempunyai pertimbangan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan seperti lokasi dan kualitas pelayanan. Lokasi yang merupakan salah satu determinan yang paling penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Saat lokasi yang berorientasi terhadap konsumen maka lokasi tersebut haruslah memenuhi keinginan konsumen dan memberikan kemudahan bagi konsumen seperti kemudahan dalam waktu dan tempat

Kualitas pelayanan adalah hasil perbandingan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dari perusahaan. (Winarto, 2008: 3). Kualitas layanan yang sempurna dapat tercapai apabila harapan-harapan konsumen dapat dipenuhi oleh layanan yang diberikan oleh perusahaan. Buttle (2007: 29) memandang kepuasan pelanggan sebagai respon berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengonsumsi suatu produk atau layanan atau sebagian kecil dari pengalaman itu.

Loyalitas pelanggan adalah kunci utama dari perusahaan untuk menang dalam persaingan, baik dalam perusahaan jasa maupun perusahaan barang. Banyak peneliti menyoroti aspek loyalitas pelanggan, sebagai bentuk kesuksesan suatu perusahaan (Agustiono dan Sumarno, 2008: 5). Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang swalayan, karena bagi perusahaan swalayan, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan.

Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pengguna produk pada perusahaan.

Dari uraian tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul : **ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Study Kasus Pada Alfamart di Surakarta).**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam mengadakan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
8. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini maka diharapkan dapat dijadikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dan berguna sebagai pertimbangan dan pemikiran bagi perusahaan dalam mengambil kebijaksanaan lokasi dan kualitas pelayanan ke arah yang lebih menguntungkan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai tambahan informasi bagi perusahaan dalam memperbaiki kekurangan atau kelancaran yang ada pada perusahaan untuk dapat meningkatkan usahanya.
2. Bagi Peneliti

Berguna untuk mengembangkan wawasan mengenai lokasi, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan mendorong serta dapat dijadikan referensi yang dapat membantu dalam melaksanakan penelitian lebih lanjut.

E. Sistematika Penyusunan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan teori yang akan menjelaskan tentang pengertian kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, lokasi, kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang kerangka pemikiran, jenis data dan sumber data, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisa data.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah, budaya, visi dan misi, target geografi, motto, lokasi alfamart, sistem waralaba alfamart, trading area analisis, manajemen merchandiise, pendistribusian barang alfamart analisa data serta pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan pembahasan yang telah tersusun dan juga berisi sumbangan saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan.