

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta bisnis retail seperti minimarket sudah berkembang pesat. Hal ini terlihat dari kehadiran gerai indomaret, alfamart, dan alfamidi yang sudah berdiri dipinggir jalan – jalan di sekitar situ. Dari sepanjang akses jalan di Jalan Garuda Mas, telah ada 3 usaha ritel yaitu indomaret, alfamidi dan alfamart. Dari ketiga ritel-ritel yang ada, indomaret adalah usaha ritel yang paling ramai, terlihat dari banyaknya pelanggan yang datang kesitu. Dimana usaha minimarket seperti indomaret, alfamart, alfamidi, dan lainnya saling bersaing satu sama lain. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaanya agar dapat bersaing (Polla, Mananeke, & Taroreh, 2018).

Minimarket seperti Indomaret yang sudah lama berdiri di jalan Garuda Mas menawarkan berbagai hal yang menarik dan dipilih untuk dijadikan bahan penelitian. Harga dan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan saat melakukan pembelian, maka dari itu harga yang bisa bersaing dan kualitas pelayanan yang baik sangat ditekankan oleh pihak Indomaret. Pelanggan yang sudah merasa puas maka akan terbentuknya loyalitas pelanggan.

Kotler dan Keller (dalam Sinurat, Lumanauw, & Roring, 2017) menyatakan Customer loyalty adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Pelanggan yang puas juga lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi akan menciptakan kelekatan emosional dengan merek. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi Kotler (dalam Kurniasih, 2012)

Menurut Philip Kotler dan Amstrong (dalam Yuliana, 2018) mengatakan bahwa yang dimaksud dengan “Harga adalah sejumlah uang yang di bebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang di tukar konsumen atas manfaat - manfaat karena memiliki atau menggunakan produk dan jasa tersebut”.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun Kotler dan Keller (dalam Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016). Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan jasa pelayanan guna untuk memenuhi harapan konsumen.

Harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor penentu dalam terbentuknya loyalitas pelanggan. Harga dan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga dan kualitas pelayanan, yang ditawarkan pihak Indomaret, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang pada minimarket tersebut.

Dari uraian diatas penulis ingin mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dituangkan dalam judul:

“ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Indomaret Garuda Mas Gonilan)”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang digunakan adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pada pelanggan Indomaret Garuda Mas Gonilan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada pelanggan Indomaret Garuda Mas Gonilan?
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret Garuda Mas Gonilan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk menganalisa pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Indomaret Garuda Mas Gonilan.
2. Untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret Garuda Mas Gonilan.
3. Untuk menganalisa pengaruh kualitas harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret Garuda Mas Gonilan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat mengembangkan wawasan ilmu pendidikan khususnya dibidang manajemen pemasaran dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan pada penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberi gambaran mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Indomaret Garuda Mas Gonilan.

- b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian- penelitian berikutnya dan penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan- kekurangan pada penelitian ini.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini mampu menambah pengalaman dalam melakukan penelitian di bidang manajemen pemasaran.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan pemahaman skripsi, penulis akan uraikan sistematika skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengapa penelitian ini penting dilakukan, apa yang menarik dari penelitian ini, dan apa yang membedakan penelitian ini dari penelitian terdahulu. Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang merupakan penjelasan dari teori tentang loyalitas pelanggan, harga dan kualitas pelayanan. Selain itu bab ini juga berisi tentang bahasan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi variabel penelitian serta definisinya, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data dan analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan hasil penelitian, analisis data, dan penjelasannya secara lengkap.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran yang relevan berdasarkan hasil penelitian yang digunakan.