

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan jaman di Indonesia yang sangat pesat, perkembangan industri bisnis ritel juga semakin tinggi, hal ini membuat banyak bermunculan para pelaku bisnis ritel. Kehadiran para pelaku bisnis ritel telah membuat industri ritel semakin terkenal di Indonesia. Dalam hal ini sangat membantu para konsumen untuk berbelanja. Konsumen dapat memilih produk yang diinginkan dan dengan harga produk yang lebih terjangkau serta promosi yang bagus membuat konsumen dapat memberikan keputusan dalam pembelian.

Kota Solo adalah salah satu kota besar di Indonesia yang perkembangan bisnis ritel penjualan sangat pesat. Beberapa toserba atau swalayan yang terdapat di kota Solo antara lain adalah Indomart, Alfamart, Hypermart dan Alfamidi serta toko, minimarket lainnya. Dari setiap tempat perbelanjaan barang dagang yang ada pasti tidak terlepas dari keunggulan-keunggulan yang ditawarkan dari masing-masing pusat perbelanjaan barang komputer tersebut, misalnya menawarkan keunggulan berupa kelengkapan produk, harga yang lebih murah, kualitas produk, dan sebagainya.

Kehadiran akan minimarket merupakan salah satu tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat kota maupun masyarakat desa. Kondisi yang seperti ini menggambarkan suatu keadaan yang terjadi bahwa masyarakat menjadi

semakin berpikir kritis dan praktis dalam memilih tempat perbelanjaan barang komputer. Sikap yang kritis dan praktis dikarenakan masyarakat yang menginginkan barang yang mempunyai kualitas yang tinggi, harga yang murah dan promosi yang baik, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan yang diinginkan konsumen. Kualitas pelayan berperan penting dalam loyalitas pelanggan, kesetiaan konsumen akan meningkat apabila mendapatkan pelayanan yang baik dari minimarket tersebut. Selain kualitas pelayanan yang baik harga juga berperan penting dalam loyalitas pelanggan.

Harga yang dapat dijangkau akan lebih menarik minat konsumen dalam membeli produk-produk yang kita tawarkan, harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan yang diinginkan bagi perusahaan. Minimarket Alfamidi merupakan tempat belanja produk barang yang ramai dikunjungi pembeli, karena letak yang strategi yaitu di kawasan dekat dengan UMS.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah faktor harga. Definisi harga menurut Tjiptono, (2013: 130), mendefinisikan harga adalah persepsi konsumen terhadap nilai barang dan jasa yang diukur dengan sejumlah uang di mana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Indikatornya terjangkau, standar, relatif, bervariasi, dan mempengaruhi pembelian.

Melalui observasi yang sudah dilakukan selama saya bekerja di mini market Komputer Alfamidi Surakarta berdasar pengamatan faktor harga

sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan di Minimarket Alfamidi yang memberikan penawaran harga yang terjangkau dan relatif murah bagi masyarakat. Kualitas pelayan pada usaha bisnis ritel ini sangat dibutuhkan bagi setiap konsumen. Kualitas pelayanan yang dimaksud antara lain adalah keramahan dari pelayanan, kecepatan dalam melayani, kenyamanan yang diberikan. lokasi yang strategis, harga yang wajar dan bersaing, sehingga dapat memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen dalam berbelanja.

Dalam penelitian ini ada dua faktor variabel bebas yang diteliti yaitu kualitas pelayanan dan lokasi. Kualitas layanan menurut Endar Sugiarto (2015 : 36) mendefinisikan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, klien, tamu, dan lain-lain). Dilihat dari kualitas pelayanan, Konsumen akan memilih minimarket dengan kualitas pelayanan yang ramah, cekatan, serta memanjakan konsumen, sehingga konsumen akan merasa nyaman dalam berbelanja di market tersebut.

Penelitian ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Naryata (2013) yang menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli di Carrefour Solo dengan pendapatan sebagai variabel moderating. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesa yang diajukan yaitu “diduga ada pengaruh harga, dan kualitas pelayanan, serta pendapatan sebagai variabel moderating” terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Afif Ardiana Tahtiati (2014), hasil penelitian membuktikan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan positif dengan ketiga variabel independennya. Dimana variabel produk dan promosi memiliki pengaruh yang dominan. Penelitian lain, Yunita Endarsari (2014), hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor bekas di UD. Citra Jaya Motor Sukoharjo. Penelitian Leni Gunawan (2007), hasil penelitian bahwa variabel produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan siswa SMU kelas III dalam memilih lembaga bimbingan belajar di Primagama cabang Giripurwo di Wonogiri.

Dilihat dari latar belakang masalah tersebut peneliti mengajukan penelitian tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di minimarket Alfamidi karena menganggap bahwa dari beberapa minimarket di sekitar lokasi tersebut, minimarket Alfamidi memiliki jumlah pengunjung yang lebih ramai. Ada beberapa permasalahan yang terjadi di minimarket Alfamidi berhubungan dengan loyalitas pelanggan yaitu konsumen yang tidak sabar mengantri karena keterbatasan jumlah karyawan yang melayani dan perubahan harga barang yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut serta menganalisis sejauh mana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini diberi judul: "ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ALFAMIDI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka perumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Alfamidi?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Alfamidi?
3. Apakah Harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Alfamidi ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Alfamidi.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Alfamidi.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh simultan Harga dan Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket Alfamidi.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Objek Penelitian

Diharapkan dapat bermanfaat bagi Minimarket Alfamidi untuk mengetahui bagaimana harga dan kualitas pelayanan yang diinginkan masyarakat dalam loyalitas pelanggan, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi

loyalitas pelanggan dan dapat dijadikan cara yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai masukan dan pengembangan ilmu bagaimana cara mengetahui keputusan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya serta sebagai acuan pada penelitian-penelitian yang akan datang.

E. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang definisi-definisi dari variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) dan variabel terikat (loyalitas pelanggan) dan penelitian terdahulu sebagai referensi penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi objek penelitian, teknik pengambilan sampel, Jenis dan Sumber Data, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan analisis data yaitu uji asumsi klasik, analisis deskriptif, uji t, uji F, dan koefisien determinasi..

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang berkaitan hasil dari penelitian dan saran yang bermanfaat bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN