

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modern ini, persaingan didunia bisnis semakin ketat. Segala hal yang berhubungan dengan manusia akan mengalami perubahan, baik dalam bidang ekonomi, sosial budaya, politik dan pada pola perilaku pesaing di dalam bisnisnya. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat didunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Ini berarti setiap perusahaan diharapkan dapat memberikan kepuasan atas kebutuhan masing-masing konsumen. Beberapa manfaat yang tercipta atas kepuasan konsumen, antara lain hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik tidak hanya bagi konsumen itu sendiri tetapi meluas sebagai publikasi kepada teman dengan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut.

Sedangkan kualitas pelayanan merupakan hal penting yang mampu menciptakan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Kualitas layanan mampu membantu perusahaan untuk mengetahui posisi mereka di pasar ritel Khan (2010). Jika harga produk antar ritel sama, pelanggan akan memilih kualitas layanan sebagai daya tarik tambahan. Menurut Tu, Li, & Chih (2011) kualitas layanan memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan yang secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan yang diperoleh

pelanggan dapat menjadi poin penting untuk menuju keberhasilan dalam mendirikan usaha. Dalam menentukan kualitas layanan, pelanggan akan menilai tidak hanya berdasar pada hasil layanan yang didapat.

Selain kualitas pelayanan, faktor lainnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah citra toko. Menurut Imran et al. (2013) citra toko didefinisikan sebagai gambaran persepsi konsumen tentang atribut yang menonjol di setiap toko yang memiliki daya tarik untuk menarik konsumen sehingga antara toko satu dengan lainnya memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Disisi lain, konsumen lebih menyukai toko yang sesuai dengan citranya sendiri Louis & Lombart (2011). Dibenak konsumen, citra toko yang positif dapat memberikan kepuasan bagi konsumen, sehingga perusahaan dapat mempertahankan jumlah pelanggan, mendapatkan pelanggan barum dan meningkatkan frekuensi pembelian.

Selain faktor kualitas pelayanan dan citra toko, kepuasan pelanggan adalah reaksi psikologis yang menarik konsumen untuk mengkonsumsi produk atau layanan tertentu Samani, *et al.* (2011). Elemen kunci dalam strategi ritel adalah pelanggan atau konsumen, sebab konsumen akan menilai kepuasan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka dapatkan. Kepuasan pelanggan merupakan sifat dari hubungan antara konsumen dengan penyedia layanan dan barang Hoq & Amin (2010). Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Sebab kepuasan pelanggan merupakan hal penting dari proses manajerial perusahaan Beneke & Adams (2011).

Toko 99 house yang terletak di Jl. Prof. DR. Supomo No. 72, Punggawan, Kec, Banjarsari, Kota Surakarta merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bisnis ritel yang menyediakan kebutuhan sandang manusia. Toko 99 house beroperasi mulai pukul 11.00 WIB sampai dengan pukul 20.00 WIB. Dalam bisnisnya, toko 99 house memiliki beberapa pesaing baik langsung maupun tidak langsung.

Penelitian ini dilakukan di toko 99 house disebabkan adanya fenomena yang terjadi dalam hal realisasi pendapatan yang diperoleh toko 99 house beberapa bulan dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 yang mengalami fluktuasi. Adapun data penjualan dan omset toko 99 house sebagai berikut

Tabel I.1
Data jumlah penjualan dan omset per bulan Toko 99 House

No.	Bulan	Jumlah penjualan	Omset Penjualan
1	Juli 2018	56	134,000,016
2	Agustus 2018	85	189,512,000
3	September 2018	89	106,134,900
4	Oktober 2018	86	112,593,820
5	November 2018	73	99,226,300
6	Desember 2018	165	159,360,000
7	Januari 2019	102	146,985,000
8	Februari 2019	103	165,976,000
9	Maret 2019	84	95,689,000
10	April 2019	60	115,691,000
11	Mei 2019	115	156,967,200
12	Juni 2019	140	183,080,000

Sumber: Data perusahaan 2018 – 2019

Dari tabel diatas menunjukkan beberapa bulan omset pada tahun 2018 sampai dengan 2019 menunjukkan terjadinya fluktuasi jumlah penjualan dan omset penjualan. Perlu penanganan yang serius dalam mencari kesalahan penyebab menurunnya omset penjualan serta mencari keputusan yang tepat

untuk menaikkan omset penjualan. Jika salah dalam pengambilan keputusan maka dapat menyebabkan semakin menurunnya omset penjualan dikarenakan beralihnya pelanggan ke toko lainnya.

Dalam persaingan dengan toko lainnya pemilik perusahaan perlu menjaga kualitas produk yang di jual. Hal ini dikarenakan pada saat ini sebagian konsumen mempunyai pola fikir dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen tidak hanya melihat dari terpenuhinya kebutuhan mereka tetapi melihat suatu produk apakah sesuai dengan ekpetasinya atau bahkan melebihi ekpetasinya. Konsumen menilai produk dari kualitas produk tersebut. Semakin baik produk yang di jual sebuah perusahaan maka akan memberi pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna produk di dalam perusahaan tersebut. Selain itu, konsumen saat ini juga mulai melakukan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang di berikan dalam suatu perusahaan dan citra toko yang timbul dalam ingatan konsumen tersebut. Apabila pelayanan yang di terima dan citra sebuah toko cukup baik maka konsumen enggan untuk berpindah ke toko lain.

B. Rumusan Masalah

Pada saat ini persaingan atas bisnis semakin ketat di karenakan banyaknya toko-toko ritel. Maka dari itu perusahaan perlu berinovasi dan melakukan sebuah strategi untuk memenangkan persaingan antar toko-toko tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko 99 House di Surakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pada Toko 99 House di Surakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh citra toko terhadap kepuasan pelanggan pada Toko 99 House di Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko 99 House di Surakarta.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko 99 House di Surakarta.
3. Menganalisis pengaruh citra toko terhadap kepuasan pelanggan pada Toko 99 House di Surakarta.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini di harapkan berguna bagi pemilik toko 99 house untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dan menjelaskan sejauh mana kualitas layanan yang di berikan karyawan toko, sejauh mana kualitas produk yang dimiliki oleh toko 99 house, dan citra toko dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko 99 house.

2. Bagi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti yang akan datang yang akan meneliti masalah sejenis untuk pengembangan pengetahuan.

E. Sistemika Penulisan

Sistemika dalam penelitian ini disusun kedalam beberapa bab sebagai berikut

:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka menguraikan tentang konsep-konsep dasar, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan definisi variable dan indikator.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan tentang penetapan sampel dari penelitian, penjelasan variabel-variabel dari penelitian, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan menguraikan hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai hasil yang didapat dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Penutup menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan hasil penelitian.