

**PENGARUH TATA LETAK PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
MINIMARKET ALFAMART A. YANI WONOGIRI
TAHUN 2009/2010**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Pendidikan Akuntansi



Oleh :

RAHMAH EL CALCULUSIA MIPASARI
A 210 060 009

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Didalam sebuah perusahaan tentunya sangat mengerti dan menginginkan kepuasan pada setiap para konsumennya. Baik dalam hal jasa yang diberikan kepada konsumen atau hal-hal yang menarik yang dimiliki perusahaan, dicontohkan seperti segala diskon atau hadiah menarik yang diberikan untuk setiap produk tertentu. Dari hal ini sangat berpengaruh positif bagi perkembangan suatu perusahaan tersebut agar memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

Setiap perusahaan dewasa ini dituntut untuk mengenal pasar atau konsumennya sebaik mungkin agar dapat sukses dalam persaingan. Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan konsumen sebagai tujuan utama.

Pada umumnya salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba, untuk itu seorang manager harus dapat menentukan suatu kebijakan yang dapat meningkatkan minat atau keputusan konsumen dalam membeli suatu barang yang nantinya sebagai pengaruh pada peningkatan laba perusahaan, sehingga kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

Pesatnya perkembangan di dunia bisnis tersebut dapat dilihat dari pesatnya pusat-pusat perbelanjaan modern. Semua itu tidak lepas dari keunggulan-keunggulan yang ditawarkan oleh masing-masing pusat perbelanjaan tersebut. Misalnya, menawarkan keunggulan berupa keberhasilan sebuah produk, keamanan, tata letak, produk yang baik dan berkualitas tinggi, kualitas pelayanan yang baik, kelengkapan barang serta pembelian dapat memilih sendiri barang-barang dengan selera pribadi.

Secara tidak langsung berarti konsumen sebagian besar sudah memperhatikan berbagai aspek dalam memenuhi kepuasannya dalam berbelanja. Ini patut diperhatikan karena sekarang konsumen tidak hanya berpedoman pada harga yang murah saja, tetapi juga pada keramahan, kebersihan, kecepatan, system pelayanan, kerapian produk dan sebagainya. Hal ini berarti, sekarang konsumen sudah mulai efisien dalam waktu dan rasional dalam mengambil keputusan untuk membeli dan memenuhi kepuasannya. Sementara itu, kondisi pasar-pasar tradisional masih kurang dalam hal penataan barang-barang, sehingga pembeli merasa kesulitan untuk mencari barang-barang yang diperlukan. Kualitas barang yang masih kurang terjamin, masih adanya tawar-menawar antara pembeli dan penjual, sehingga terkadang tidak memberikan kepuasan tersendiri bagi keduanya. Faktor inilah yang menjadikan konsumen beralih ke pasar-pasar perbelanjaan yang mempunyai kelebihan dibandingkan di pasar-pasar tradisional.

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang modern maka para pengusaha dituntut untuk mengelola usahanya lebih professional dan efisien dalam menghadapi persaingan. Dengan adanya persaingan dunia usaha yang semakin tajam menuntut pula pengusaha untuk peka dan cermat didalam memilih dan menempatkan produk yang strategis dan tepat dalam penjualan. Tata letak produk yang strategis dan tepat akan lebih menguntungkan karena sebagian konsumen akan lebih menyukai tata letak produk yang bagus dan dapat dijangkau dengan mudah. Tata letak produk yang tepat dan pelayanan yang baik secara tidak langsung akan mempengaruhi minat konsumen dalam berbelanja.

Selain masalah tata letak produk, masih ada masalah lain yang tidak kalah penting yaitu masalah pelayanan. Perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pada konsumen agar merasa tertarik dan senang dalam melakukan pembelian atau transaksi. Pelayanan yang cepat dan penampilan yang ramah sangat memungkinkan konsumen akan tertarik untuk kembali.

Menurut Radiosunu (2001:23)"kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*Expected service*)". Tuntutan pelanggan dalam hal pelayanan yang diterima, menyebabkan pihak pengelola bertindak semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.

Kualitas pelayanan (*service quality*) pada sebuah swalayan dapat diketahui dengan cara mengerti persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima yang berasal dari para karyawan swalayan tersebut. Kebutuhan tingkat pengembangan dan pembangunan keadaan swalayan tersebut agar dapat bersaing dalam era globalisasi ini, karena apabila pengembangan dan pembangunan kualitas dan kuantitas toko tidak dilakukan maka tidak mustahil swalayan tersebut lama kelamaan akan mengalami kemunduran dan bahkan dapat mengalami gulung tikar dalam persaingan yang ketat.

Penulis dalam hal ini sangat memperhatikan apa yang telah ada dalam swalayan tersebut dari hal yang berupa tata letak produk dan bagaimana kualitas dari pelayanan yang dilakukan oleh para karyawan swalayan tersebut. Dengan tempat yang menciptakan kegunaan waktu yang tepat, supaya para konsumen dengan cepat dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya adalah salah satu tata letak produk yang sangat dicari oleh para konsumen. Di dalam hal kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan pelayanan yang dilakukan oleh para karyawan swalayan, dengan contoh dalam hal fisik (*tegur sapa*), cara berkomunikasi dan cara memberikan jasa dengan teliti dan tepat pada saat pembayaran dilakukan.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “PENGARUH TATA LETAK PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET ALFAMART A. YANI WONOGIRI TAHUN 2009/2010”.

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas serta agar mempermudah masalah yang akan dibahas, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Tata Letak Produk dibatasi pada ketrampilan dalam penataan setiap produk.
2. Variabel Kualitas Pelayanan dibatasi pada para pelayan minimarket Alfamart A. Yani Wonogiri.
3. Variabel Kepuasan Konsumen dibatasi pada para konsumen minimarket Alfamart A. Yani Wonogiri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh tata letak produk terhadap kepuasan konsumen pada minimarket Alfamart A. Yani Wonogiri Tahun 2009/2010?

2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada minimarket Alfamart A. Yani Wonogiri Tahun 2009/2010?
3. Adakah pengaruh tata letak dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada minimarket Alfamart A. Yani Wonogiri Tahun 2009/2010?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh tata letak produk terhadap kepuasan konsumen pada minimarket Alfamart A. Yani Wonogiri Tahun 2009/2010.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada minimarket Alfamart A. Yani Wonogiri Tahun 2009/2010.
3. Untuk mengetahui pengaruh tata letak produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada minimarket Alfamart A. Yani Wonogiri Tahun 2009/2010.

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan dan gambaran bagi minimarket Alfamart untuk dapat memberikan perhatian yang lebih baik terhadap tata letak produk dan kualitas pelayanan, karena kedua factor tersebut mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Diharap dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh tata letak produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan dapat mempraktekkan teori yang selama ini penulis dapatkan dibangku kuliah pada keadaan yang sebenarnya pada perusahaan.

3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa, serta juga dapat sebagai bahan pertimbangan untuk pihak yang ingin mendirikan suatu bisnis atau usaha, khususnya mengambil langkah-langkah pemasaran yang tepat dan ekonomis.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang digunakan dalam pembatasan masalah, teori-teori tersebut antara lain pengertian konsumen, definisi kepuasan konsumen, konsep kepuasan konsumen, metode kepuasan konsumen, strategi kepuasan konsumen, indikator kepuasan konsumen, pengertian tata letak produk, indikator tata letak produk, pengertian kualitas pelayanan, indikator kualitas pelayanan, hubungan antar variable yaitu hubungan antara tataletak produk terhadap kepuasan konsumen, hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, hubungan antara tata letak produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, kerangka pemikiran dan yang terakhir rumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai pengertian metode penelitian, jenis metode penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel, sampling, variable penelitian, teknik pengumpulan data, teknik uji coba angket, uji prasyarat analisis dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil uji coba angket, deskripsi data, uji prasyarat analisis, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN