

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini banyak usaha bisnis berkompetisi untuk menguasai pangsa pasar yang ada, yaitu dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapat pencitraan yang positif di benak konsumen. Pihak manajemen di masing-masing usaha bisnis juga dituntut agar dapat meningkatkan dan mempertahankan konsumen yang ada. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitik beratkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaikbaiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Ritel merupakan salah satu usaha di bidang jasa penjualan barang dagangan. Bisnis ini menawarkan jasa penjualan ritel atau kelontong kepada konsumen, sehingga mereka dapat merasakan tingkat kepuasan konsumen terhadap ritel yang diberikan jasa tersebut.

Persaingan antar usaha bisnis ritel semakin ketat perlu melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya. Ritel yang ada saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan konsumen. Kualitas sangat erat hubungannya dengan Kepuasan Konsumen, dengan kualitas baik yang dimiliki akan memberikan dampak positif bagi perusahaan tersebut dan begitu juga sebaliknya. Kualitas Pelayanan jasa yang sering digunakan terdiri dari yaitu bukti fisik, daya tanggap, jaminan, keandalan dan empati. Faktor Kualitas Pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan merupakan ciri serta

sifat suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Seorang usaha penjualan ritel dapat memberikan kualitas bila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Faktor harga merupakan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk tadi. Semakin harga terjangkau oleh konsumen maka mereka akan berkunjung ke tempat tersebut, begitu juga apabila harga itu dianggap konsumen terlalu tinggi atau dikatakan mahal maka mereka akan berpikir untuk berkunjung ke tempat tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Bailia dkk (2014) memperoleh hasil bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di Kota Manado.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen (Assauri, 2014: 78). Lokasi yang dekat dengan keramaian seperti dekat dengan pasar, terminal dan lain-lain sangat mendukung peningkatan volume penjualan bagi minimarket tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka berikut ini akan diteliti lebih lanjut mengalami permasalahan yang dihadapi oleh Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul penelitian ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI (Studi Kasus di Universitas Muhammadiyah Surakarta).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta?
2. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta?
3. Apakah ada pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Alfamidi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Kepuasan Konsumen.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Alfamidi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam Kepuasan konsumen.

### b. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini menjadikan bahan pertimbangan dalam Kepuasan Konsumen, sehingga semua masukan bisa menjadikan bahan.

## **E. Sistematika Skripsi**

### BAB I PENDAHULUAN

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

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang definisi-definisi dari variabel bebas (Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi) dan variabel terikat (Kepuasan Konsumen) 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 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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

## BAB V PENUTUP

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

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN