

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi kompetitif merupakan strategi yang diidamkan dalam perusahaan, tujuannya menciptakan profit dan posisi dalam melawan kekuatan yang menentukan persaingan. Strategi yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain ditengah persaingan perusahaan yang serba digital akan menentukan nasib perusahaan dan memenangkan pasar.

Kualitas layanan pelanggan dianggap sebagai inti permasalahan dalam usaha retail. Kualitas layanan pelanggan yang cepat dan efisien sering digunakan sebagai komoditi untuk peningkatan transaksi dan juga peningkatan produksi didalam usaha retail, hal ini digunakan untuk salah satu faktor atau strategi agar pelanggan lebih puas. Kualitas layanan yang baik dan harga terjangkau mendorong citra perusahaan yang baik pula di mata pelanggan.

Membuat keputusan yang baik dalam menentukan harga pada bisnis retail mendorong kelangsungan jangka panjang perusahaan dan membuat langkah yang salah dalam menentukan harga berdampak negatif pada kelangsungan bisnis retail karena pelanggan saat berbelanja selalu membanding-bandingkan harga antar toko yang satu dengan toko yang lainnya.

Bisnis retail bahan bangunan dan aneka produk lainnya tumbuh pesat berbagai pelosok daerah. Tingginya persaingan toko bahan bangunan tentunya mengharuskan masing-masing menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar

mampu memenangkan persaingan. Ketatnya persaingan ini tentu akan memunculkan pertanyaan toko bahan bangunan yang mana yang lebih baik dan apa saja yang membuatnya lebih unggul.

Pelanggan adalah faktor yang menentukan keberlangsungan bagi satu perusahaan. Peningkatan jumlah pelanggan akan semakin memperkuat posisi perusahaan karena peningkatan jumlah pelanggan berarti meningkatnya jumlah penjualan, memperluas *market share*, mempertinggi nilai perusahaan. Citra perusahaan semakin baik berpengaruh kepada kesan pelanggan memberi rekomendasi ke konsumen lain untuk berbelanja di perusahaan yang dinilai citranya baik. Sebaliknya berkurangnya pelanggan menyebabkan semakin memburuknya kinerja perusahaan, merefleksikan kekalahan perusahaan dalam menghadapi arena persaingan, rendahnya tingkat kepuasan pelanggan dan pelanggan sudah tidak memiliki lagi loyalitas terhadap suatu perusahaan. Pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan tidak hanya sebelum dan ketika pembelian namun juga pelayanan setelah pembelian yang salah satunya adalah penanganan keluhan yang disampaikan pelanggan, sebab saat ini tren yang terjadi mengharuskan perusahaan untuk lebih peka apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Bisnis retail bahan bangunan dan beraneka produk lain yang dijual dalam sebuah toko sangat sulit dilakukan secara konvensional karena karyawan harus terlatih dalam memberi pembelajaran kepada pelanggan. Karyawan harus menghafal semua produk yang dijual serta memahami fungsi, kualitas produk, harga barang, jumlah stok barang. Jika tidak, maka kualitas layanan tidak akan

berjalan dengan baik karena pelanggan selalu lama menunggu jawaban dari karyawan jika menanyakan informasi stok barang.

Penerapan manajemen Toko Zelika berbeda dengan toko lainnya di Kaimana. Tiga belas toko bahan bangunan di Kaimana dikelola secara konvensional sedangkan manajemen Toko Zelika dikelola dengan menggunakan sistem aplikasi software *Aesy Pos Manager Retail Lites*. Sistem itu memuat harga barang stok, penjualan, pembelian, untung laba rugi. Sistem ini sangat efektif dan efisien sehingga memudahkan, mempercepat penjualan dan mempercepat terinformasikan mengenai harga dan stok barang dalam waktu singkat kepada pelanggan. Hal inilah yang menyebabkan peneliti tertarik memilih Toko Zelika untuk meneliti kualitas layanan, harga, citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan karena sistem manajemen Toko Zelika berbeda dengan toko lain dalam melayani pelanggan dan omzet setiap tahun selalu bertambah walaupun kenaikannya naik turun.

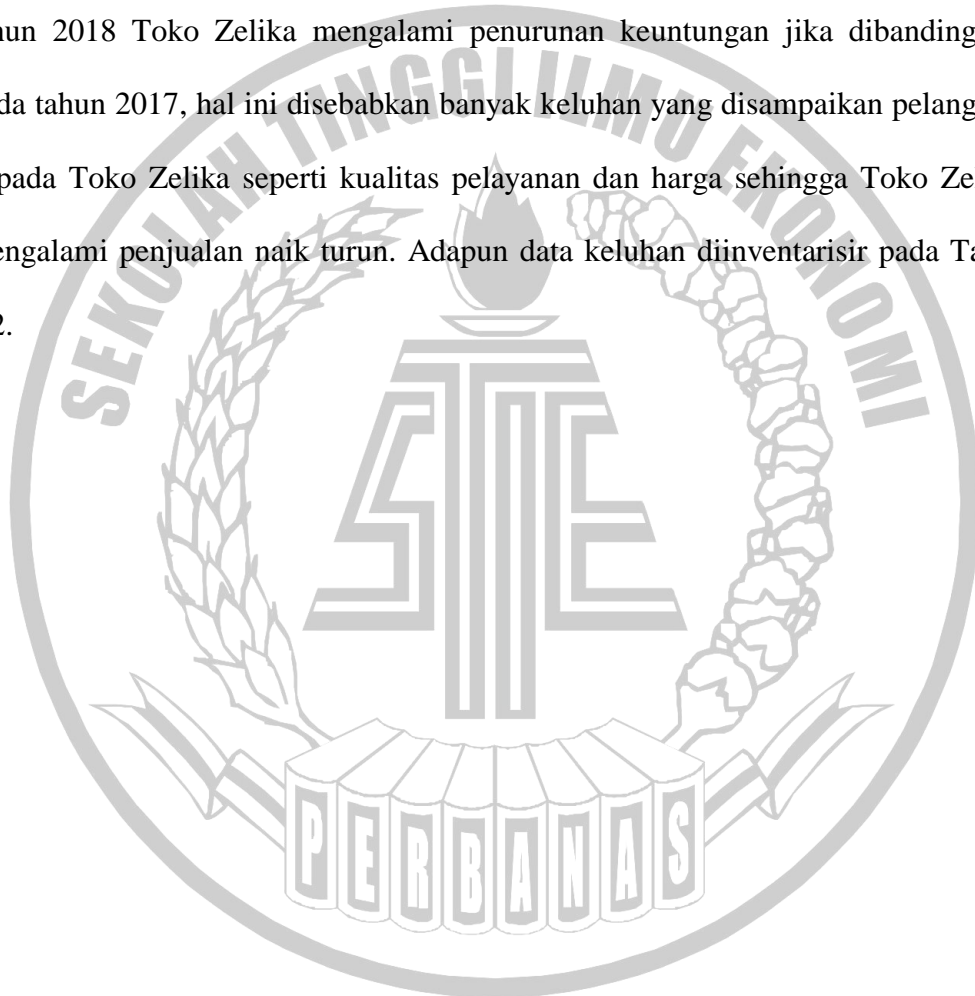
Data hasil penjualan Toko Zelika dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Data Hasil Penjualan Toko Zelika

NO	TAHUN	Hasil Penjualan	KENAIKAN
1.	2015	Rp2.134.000.000,00	
2.	2016	Rp4.153.400.000,00	Rp2.019.400.000,00
3.	2017	Rp7.351.518.000,00	Rp3.198.118.000,00
4.	2018	Rp9.472.061.765,00	Rp2.120.543.760,00

Sumber : Toko Zelika

Pada Tabel 1.1 di atas, sejak berdiri tahun 2015-2018 penjualan di Toko Zelika Kaimana mengalami naik turun. Pada tahun 2015 Toko Zelika memperoleh keuntungan sebanyak Rp2.134.000.000,00 pada tahun 2016 omzet Toko Zelika mengalami kenaikan sebesar 4.153.400,00 kemudian pada tahun 2017 Toko Zelika memperoleh keuntungan sebesar 3.198.118.000,00 namun pada tahun 2018 Toko Zelika mengalami penurunan keuntungan jika dibandingkan pada tahun 2017, hal ini disebabkan banyak keluhan yang disampaikan pelanggan kepada Toko Zelika seperti kualitas pelayanan dan harga sehingga Toko Zelika mengalami penjualan naik turun. Adapun data keluhan diinventarisir pada Tabel 1.2.



Tabel 1.2
Keluhan Konsumen

Nomor	Variabel	Komplain
1.	Kualitas Layanan	1) Karyawan kurang, konsumen pada saat mendapatkan informasi harus mencari karyawan terlebih dahulu dan konsumen menunggu lama untuk mendapatkan informasi terkait dengan produk. 2) Terjadi antre yang panjang di kasir sehingga konsumen merasa tidak nyaman pada saat melakukan transaksi. 3) Konsumen menunggu lama mendapatkan jawaban tentang harga barang karena karyawan tidak mengusai harga barang. 4) Pendistribusian barang kadang tidak tepat waktu 5) Tidak adanya pelayanan purna jual.
2.	Harga	1) Konsumen terkadang komplain sebab sering terjadi perubahan kenaikan harga

Permasalahan dalam penelitian ini ada dua hal pokok yakni :

1. Pendapatan Toko Zelika naik turun pada empat tahun terakhir, uraian terdapat pada Tabel 1.1.
2. Komplain konsumen terhadap Toko Zelika uraian terdapat pada Tabel 1.2

Untuk mengontrol kesinambungan Toko Zelika maka dua masalah yang menjadi poin penting di atas dipecahkan dan dianalisis bagaimana menangani kesalahan dalam mengelola komplain agar pelanggan tidak meninggalkan Toko Zelika.

Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap minat membeli pelanggan, dimana ketika kualitas layanan kurang baik maka akan menurunkan minat membeli pelanggan. Karena dalam proses minat pembeli terdapat evaluasi dan pengambilan keputusan sebelum melakukan pembelian, ketika kualitas

layanan kurang baik akan berdampak pada ketidakpuasan pelanggan dan membuat pelanggan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing hal ini berarti minat membeli pelanggan akan berkurang atau menurun. Sebaliknya jika kualitas layanan baik maka pelanggan akan merasa senang dan akan kembali lagi untuk membeli dan tidak akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Ketika kualitas layanan baik maka minat membeli pelanggan akan bertambah.

Ketidakpuasan konsumen berakibat berpindah atau beralih ke toko lain. Kepuasan konsumen menjadi dasar keberhasilan toko dalam memenangkan persaingan yang kompetitif saat ini, kemudian untuk memenangkan persaingan di Kaimana, maka diadakan penelitian yang membahas tentang bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Citra Toko terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah dapat dirumuskan beberapa permasalahan antara lain:

1. Apakah ada pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Zelika?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan Toko Zelika?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Zelika?

4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan Toko Zelika?
5. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Toko Zelika?
6. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap citra perusahaan Toko Zelika?
7. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Toko Zelika?
8. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap citra perusahaan Toko Zelika?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Zelika.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Toko Zelika.
3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Zelika.
4. Menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Toko Zelika.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Toko Zelika.
6. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap citra perusahaan Toko Zelika.

7. Menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Toko Zelika.
8. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap citra perusahaan Toko Zelika.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dalam penelitian ini dapat memperluas pengetahuan serta dapat menambah wawasan mengenai pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Citra Toko kepada Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Toko Zelika.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan yang bermanfaat bagi pihak perusahaan Toko Zelika mengenai Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Citra Toko kepada Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Toko Zelika.

3. Bagi STIE PERBANAS

Penelitian ini dapat menambah koleksi perbendaharaan perpustakaan STIE Perbanas Surabaya mengenai Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Citra Toko kepada Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Toko Zelika.

1.5 Sistematika Penulisan

Urutan sistematika penulisan pada penelitian ini disusun:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bahasan ini akan diuraikan berhubungan gambaran umum tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika tesis.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bahasan ini dijelaskan menyanggung penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel, kerangka konseptual serta hipotesis.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bahasan ini dijelaskan menyanggung prosedur untuk menjawab permasalahan meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, indentifikasi variabel, defenisi operasional dan pengukuran variabel, teknik pengambilan sampel, instrument penelitian, uji validitas dan reliabilitas, instrument penelitian, data dan pengambilan data, serta teknik analisa data.

BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bahasan ini dijelaskan tentang hasil uji validitas, reliabilitas, deskripsi subjek, variabel penelitian, hasil penelitian serta pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Pada bahasan ini akan dijelaskan tentang simpulan, selain itu disertakan uraian keterbatasan penelitian dan saran.