

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jaman, membuat dunia bisnis menjadi semakin ketat dalam persaingan, ditandai dengan semakin banyaknya produsen yang memasarkan produk di satu segmen yang sama. Terlebih Indonesia memberikan peluang yang sangat besar bagi perkembangan bisnis suatu perusahaan dalam memasarkan produknya karena populasi yang sangat besar dan beragam, yang merupakan calon pembeli yang berlimpah jumlahnya.

Menyadari kenyataan yang akan dihadapi dalam era global ini, dunia bisnis seyogyanya membangun sistem kualitas modern agar mampu mempertahankan konsumen yang telah ada (*customer loyalty*) dan menarik konsumen (konsumen potensial) menjadi konsumen dari perusahaan bisnis itu.

Daerah kenjeran yang tadinya hanya pesisir kemudian muncul perumahan-perumahan di daerah kenjeran, Kenjeran ini terdiri dari masyarakat pesisir kemudian berubah menjadi wilayah yang padat penduduk dilihat dari banyaknya pendatang dari daerah lain, pendatang diwilayah Kenjeran mengakibatkan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kebutuhan ekonomi. Kebutuhan masyarakat yang sangat beragam tersebut diimbangi dengan munculnya berbagai retail yang menyediakan produk barang dan jasa, sehingga sekarang ini banyak retail yang bergerak dalam jenis usaha yang sama.

Secara geografis Kecamatan Kenjeran terletak di wilayah Surabaya Utara. Secara ekonomi Kecamatan Kenjeran juga terdapat beberapa toko retail seperti Alfamart. Semakin tingginya kebutuhan pokok, masyarakat Alfamart adalah suatu tempat yang sangat membantu sebagian orang untuk memenuhi kebutuhan pokok yang segera ingin dipenuhi sehingga munculnya toko-toko retail seperti Alfamart.

Usaha atau bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat beberapa tahun terakhir ini, dengan berbagai jenis format serta jenisnya, termasuk Alfamart. Hal ini sebagai akibat dari adanya perkembangan usaha manufaktur dan peluang pasar yang cukup terbuka, maupun upaya pemerintah untuk mendorong perkembangan bisnis ritel. Penelitian ini dilakukan di Alfamart dengan alasan karena Alfamart salah satu perusahaan retailer yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan sehari-hari, baik makanan dan minuman. Alfamart menyediakan produk yang cukup banyak dan beragam sehingga konsumen dapat memilih produk sesuai dengan keinginannya, sesuai dengan motto “Alfamart Belanja puas, harga pas”.

Memfokuskan untuk mendengarkan suara konsumen, berarti menjamin bahwa kualitas bisa dibangun dalam produk-produk atau versi produk baru yang sudah ada dalam tahap desain awal. Secara spesifik, pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan adalah untuk menciptakan loyalitas konsumen dengan menjadikan konsumen sebagai fokus utamanya. Persoalan kualitas jasa dan kepuasan konsumen kini semakin menjadi hal yang penting dan genting bagi perusahaan jasa. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun sistem manajemen kualitas jasa, mengidentifikasi kesenjangan yang mungkin terjadi,

serta pengaruhnya bagi kepuasan konsumen dan perilaku konsumen purna layanannya seperti halnya loyalitas konsumen.

Menurut Yuniarti VS (2015: 240) terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, menjadi dasar pembelian ulang, dan menciptakan loyalitas konsumen, serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Seiring dengan perkembangan bisnis ritel, pada saat ini bisnis ritel tidak lagi dikelola secara tradisional, melainkan dengan cara modern. Persaingan yang ketat pada bisnis ritel tidak terlepas semakin menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional dengan berbagai faktor yang dibidik. Persaingan tersebut memacu para pebisnis di bidang ritel untuk senantiasa menjadi ritel pilihan konsumen dan mempertahankan konsumennya.

Alfamart merupakan sebagian dari perusahaan bisnis retail yang terkemuka di Indonesia. Dengan menyediakan berbagai kebutuhan rumah tangga sehari-hari dari mulai produk makanan, minuman, produk kecantikan, alat tulis, pulsa elektronik sampai ke alat sederhana rumah tangga. Harga yang dipatok pun sangat mudah dijangkau, sebagai target market utamanya adalah untuk konsumen kelas ekonomi rendah sampai ke kelas ekonomi menengah. Pelayanan yang ramah, produk yang berkualitas, harga yang murah, serta toko yang mudah dikunjungi karena memiliki cabang dibanyak tempat menjadi keunggulan Alfamart.

Besarnya pasar Alfamart semakin mengukuhkan sayapnya di bisnis ini. Alfamart berusaha mendekati diri ke konsumen lewat tempat-tempat potensial dari sisi kelayakan bisnis. Tidak bisa dipungkiri, persaingan retail memang jelas terlihat dan makin sengit ketika banyak dijumpai gerai mereka yang berdempetan. Di mana ada toko di situ ada pula Alfamart. Dari sisi layanan, keduanya menjadikan gerai gerainya bukan hanya sebagai tempat belanja belaka, tapi juga menawarkan layanan dan kualitas produk yang lebih baik.

Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu perusahaan. Mereka berhasil menemukan bahwa kualitas keterhubungan yang terdiri atas kepuasan, kepercayaan, dan komitmen mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas. (Yuniarti VS, 2015 : 241)

Marconi dalam Yuniarti VS (2015 : 246) menyebutkan salah satu faktor yang mempengaruhi Loyalitas adalah: Nilai (harga dan kualitas) yang bagian dari bauran pemasaran dan penggunaan suatu produk dalam waktu yang lama akan mengarah pada loyalitas. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus bertanggung jawab untuk menjaga produk tersebut. Perlu diperhatikan, pengurangan standar kualitas dari suatu produk akan mengecewakan konsumen, bahkan konsumen yang paling loyal sekalipun. Demikian pula, dengan perubahan harga. Oleh sebab itu, pihak perusahaan harus mengontrol kualitas produk beserta harganya.

Agar loyalitas konsumen dapat tercapai dalam melaksanakan marketing mix (bauran pemasaran) perusahaan haruslah diusahakan secara seimbang. Seimbang disini adalah dalam keadaan keseimbangan yang sebaik mungkin,

misalnya diadakan advertisi besar-besaran tanpa usaha memperbaiki kualitas produksinya, maka hasil yang dicapai akan kurang memuaskan. Oleh sebab itu advertisi besar-besaran harus diimbangi oleh mutu yang baik (Buchari A, 2013: 211)

Menurut penelitian Ndubisi dalam Sarwar (2012 : 28) menyebutkan bahwa kepercayaan adalah faktor yang sangat penting untuk membangun sebuah loyalitas yang positif. Membangun kepercayaan konsumen dengan memberikan kualitas layanan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen yang akhirnya konsumen tersebut setia. Setiap Perusahaan menyadari bahwa biaya yang lebih rendah dapat mempertahankan konsumen selain mendapatkan konsumen-konsumen baru (Coyles & Gokey dalam Sarwar, 2012 : 28). Secara keseluruhan penyebab mengenai hubungan dengan konsumen dengan perusahaan merupakan bagian penting bagi tujuan perusahaan hal ini dapat meningkatkan efektivitas dari organisasi yang merupakan faktor yang sangat penting untuk membangun dan memperpanjang citra perusahaan organisasi.

Upaya-upaya yang dilakukan Alfamart berusaha keras untuk membuat strategi- strategi yang dapat menarik minat konsumennya. Segala upaya dilakukan oleh Alfamart untuk dapat bersaing meliputi lokasi yang strategis, diberbagai daerah dan mudah dijangkau serta selalu berdekatan, tempat yang bersih dan nyaman, menetapkan strategi harga yang sedemikian rupa untuk menarik konsumen, misalnya dengan memberikan potongan harga, menetapkan harga yang tinggi, memberikan kupon untuk produk – produk tertentu, pembukaan sebagian gerai dalam 24 jam, kemudahan pembayaran tidak tunai, terdapat fasilitas kartu

anggota, dan lain – lain. Alfamart berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Pelayanan tersebut dimaksudkan untuk memenangkan hati konsumennya. Pelayanan yang diberikan oleh Alfamart misalnya adalah program Promo Kartu Member Alfamart Waralaba, Superhemat promosi ini memberikan potongan harga pada item-item tertentu

Hasil penelitian-penelitian yang ada, tidak semuanya menunjukkan pengaruh yang konsisten dari variabel-variabel yang diteliti terhadap loyalitas konsumen. Oleh karenanya menarik untuk diketahui lebih lanjut tentang pengaruh secara simultan dari bauran pemasaran, kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya. Selain itu juga menarik untuk diketahui ada perbedaan antara loyalitas konsumen Alfamart. Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh bauran pemasaran, kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh secara Parsial dari bauran pemasaran, terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial dari kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya?
3. Apakah ada pengaruh secara parsial dari kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya ?
4. Apakah ada pengaruh secara simultan dari bauran pemasaran, kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara Parsial dari bauran pemasaran, terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya?
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya?
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya ?
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari bauran pemasaran, kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan pengetahuan penulis dengan menerapkan teori-teori yang telah dipelajari ke dalam praktek nyata, khususnya yang menyangkut tentang bauran pemasaran, kualitas pelayanan, kepercayaan serta loyalitas konsumen.

2. Bagi STIE Perbanas

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai pengaruh tentang pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan terhadap loyalitas konsumen.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak Alfamart sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam bidang pemasaran terutama yang berhubungan dengan loyalitas konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mengetahui gambaran isi dari penelitian ini maka peneliti membuat sistematika secara garis besar. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang penelitian terdahulu, teori-teori yang digunakan sebagai landasan dalam mencari pemecahan masalah penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian diuraikan secara rinci mengenai hal-hal yang berkaitan dengan prosedur penelitian yang meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, penyusunan instrumen penelitian, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, menganalisis data yang sudah diperoleh peneliti, dan pembahasan tentang hubungan antar variabel-variabel terikat.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini menguraikan tentang kesimpulan yang didapat oleh peneliti, keterlambatan atau keterbatasan penelitian serta saran bagi subyek dan peneliti selanjutnya.