

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya kemajuan ekonomi dan teknologi yang berkembang. Menyebabkan kota Surabaya semakin mengalami perubahan dari sudut-sudutnya, dengan berbagai fasilitas yang mulai berkembang pesat dan kemajuan yang ditimbulkan berdampak pada usaha kecil maupun besar yang mulai bermunculan di wilayah Surabaya, khususnya dalam bidang kuliner. Para wirausaha yang membuka usaha kecil maupun besar mulai berlomba-lomba untuk menciptakan sesuatu yang baru agar menarik pelanggan dan terus membuat inovasi baru dengan produknya. Di Surabaya pun banyak tempat yang menyediakan wisata kuliner dengan berbagai macam makanan yang dapat dijumpai oleh masyarakat. Masyarakat dapat memilih berbagai macam jenis makanan mulai dari harga terjangkau sampai harga yang mahal, kemudian mulai dari makanan asli dalam negeri sampai makanan asing yang berasal dari luar negeri bisa kita jumpai.

Di samping itu masyarakat Surabaya yang hobi dengan wisata kulinernya seperti makanan berat, mereka pun tidak lupa untuk mencari jajanan lain yang enak untuk bersantai dan termasuk makanan ringan. Salah satu makanan ringan itu adalah martabak manis yang di Jawa Timur dikenal dengan kue terang bulan. Kue terang bulan ini memang sudah lama dikenal dan digemari oleh hampir semua kalangan. Kue ini cocok disajikan saat panas dan memang cukup menarik perhatian dengan aneka topping yang digemari dari usia anak-anak sampai dewasa.

Kue ini cenderung identik dengan buah tangan atau oleh-oleh saat keluar rumah dan dimakan bersama-sama pada saat bersantai.

Berbagai penjual berusaha memenuhi keinginan pelanggan yang berubah-ubah dengan meningkatkan layanan dan kualitas mereka sehingga pelanggan merasa puas dan loyal. Loyalitas toko berdasarkan awalnya pada konsep loyalitas merek. Ditingkat toko, loyalitas toko mengacu pada kecenderungan untuk mengulang pembelian di toko yang sama (untuk produk sejenis atau lainnya). Menurut Schiffman dan Kanuk (2004) dalam Wisnalmawati *et al.* (2014:21) mendefinisikan loyalitas toko sebagai kesediaan pelanggan untuk ulangi pembelian di toko atau supermarket yang sama dan merekomendasikan hal ini kepada lainnya.

Peningkatan kepuasan dalam kebutuhan pelanggan akan meningkatkan ingatan pelanggan pada sebuah produk. Studi menunjukkan berbagai definisi untuk konsep dalam kepuasan. Kepuasan toko didefinisikan sebagai hasil dari evaluasi subjektif bahwa alternatif yang dipilih (toko) memenuhi atau melebihi harapan. (Reddy *et al.*, 2011:352).

Kualitas barang dagangan adalah faktor kedua yang paling penting dalam pembentukan loyalitas toko. Pentingnya pengaruh kualitas barang dagangan pada kepuasan dan loyalitas toko seringnya diabaikan. Karena itu, kualitas barang dagangan tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan tapi juga dipengaruhi secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. (Reddy, *et al.*, 2011:352).

Kualitas layanan dianggap indikator kinerja yang paling penting di pemasaran dan literatur pemasaran jasa khusus. Kualitas layanan secara positif

mempengaruhi hasil perilaku penting seperti loyalitas. Zahorik dan Rust dalam Reddy *et al.* (2011:352) berpendapat bahwa pemodelan kualitas layanan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan akan memberikan kemampuan diagnostik yang signifikan untuk setiap kerangka kerja yang mencakup loyalitas pelanggan sebagai konstruk dependen.

Ketiga variabel ini menentukan bagaimana perusahaan mampu mempertahankan pelanggannya dan menimbulkan loyalitas pelanggan yang di dasari dengan adanya kepuasan yang di dapat oleh pelanggan. Pelanggan pada saat ini mencari kualitas dan layanan toko yang baik. Maka dari itu perusahaan kecil dan perusahaan besar berusaha menarik hati pelanggannya dengan meningkatkan kualitas dan layanan seperti juga yang dilakukan oleh beberapa *outlet* terang bulan manis yang ada di Surabaya. Terang bulan manis Holland sudah sangat familiar ditelinga pecinta kue manis dan pesaingnya terang bulan manis 93 juga mulai mencuri hati pelanggannya.

Usaha terang bulan manis akhir-akhir ini berkembang cukup pesat. Di wilayah Surabaya terdapat pemain lama yang membuka usaha terang bulan manis yaitu Holland yang bisa di bilang pelopor pertama usaha terang bulan di Surabaya. Holland adalah perusahaan martabak terang bulan asli Belinyu, pertama kali hadir di kota pahlawan, Surabaya. Pada tanggal 1 Agustus 1987, menghadirkan kuliner unik bagi masyarakat sekitar sehingga dapat menjadikan Holland sebagai salah satu produk kue yang di kenal. Berawal dari kaki lima, kini berlanjut dan terus melebarkan sayapnya hingga memiliki beberapa *outlet*. Dengan nama yang demikian sudah dikenal di kalangan umum, membuat produk Holland mulai ditiru

sebagian besar kaki lima. Oleh karena itu, Holland merubah citra menuju era baru sebagai badan usaha profesional, yaitu PT Hollandmillenia Martabakindo. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada *outlet* Terang Bulan Manis Holland Surabaya. Di *outlet* ini tersedia terang bulan manis yang berukuran kecil dan besar dalam berbagai varian rasa seperti wijen, coklat, kacang, campur, keju, meses, jagung. Untuk beberapa tahun terakhir Holland menarik hati pelanggan dan menjadi *market leader*, kondisi ini di manfaatkan oleh pesaing untuk membuat produk yang sama, merek yang hampir sama, namun kualitasnya tetap berbeda. Di samping itu juga timbullah pesaing yang hampir sejajar dan bisa merebut pangsa pasar Holland.

Terang Bulan Manis 93 yang terbilang masih pemain baru, berdiri pada 29 Mei 2014. Pemilik dari perusahaan terang bulan ini masih terbilang muda, adalah mahasiswa dari UPH dan Ciputra Surabaya yang bernama Diantro, Jordi dan Titus. Awal mereka mendirikan usaha Terang Bulan Manis 93 hanya sekedar coba-coba. Karena ketika mereka di Jakarta, mereka menemui terang bulan berbagai jenis rasa yang berbeda yang belum terdapat di Surabaya maka, dari temuan itu mereka membaca peluang pasar tersebut bahwa di Surabaya belum ada yang membuat terang bulan dengan berbagai varian rasa yang berbeda seperti, untuk toping mereka menyediakan 4 varian rasa, yaitu: original, pandan, *black forest*, dan *red velvet*. Pelanggan pun menerima dengan baik varian rasa yang disediakan Terang Bulan Manis 93. Terang Bulan Manis 93 mempunyai slogan yaitu “kejujuran cita rasa sebagai cerminan kualitas, kami peduli dengan kualitas

karena kami peduli dengan kepuasan anda” yang biasanya terletak dibungkus Terang Bulan Manis 93.

Dari uraian yang terdapat diatas penulis ingin mengetahui lebih dalam tentang pengaruh kepuasan toko, kualitas barang dagang, dan kualitas layanan pada loyalitas toko tersebut. Serta ingin mengetahui apakah terdapat perbedaan loyalitas toko pada pelanggan Terang Bulan Manis Holland dengan pelanggan Terang Bulan Manis 93. Maka dari itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepuasan Toko, Kualitas Barang Dagangan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Toko (Studi Kasus Pada Terang Bulan Manis Holland Dan Terang Bulan Manis 93 Surabaya)”.

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Apakah kepuasan toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis Holland Surabaya?
2. Apakah kualitas barang dagangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis Holland Surabaya?
3. Apakah kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis Holland Surabaya?
4. Apakah kepuasan toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis 93 Surabaya?

5. Apakah kualitas barang dagangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis 93 Surabaya?
6. Apakah kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis 93 Surabaya?
7. Apakah kepuasan toko, kualitas barang dagangan, kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis Holland Surabaya?
8. Apakah kepuasan toko, kualitas barang dagangan, kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis 93 Surabaya?
9. Apakah terdapat perbedaan loyalitas toko pada pelanggan Terang Bulan Manis Holland dengan pelanggan Terang Bulan Manis 93 Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan toko secara parsial terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis Holland Surabaya
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas barang dagangan secara parsial terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis Holland Surabaya
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis Holland Surabaya

4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan toko secara parsial terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis 93 Surabaya
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas barang dagangan secara parsial terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis 93 Surabaya
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis 93 Surabaya
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan toko, kualitas barang dagangan, kualitas layanan secara simultan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis Holland Surabaya
8. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan toko, kualitas barang dagangan, kualitas layanan secara simultan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis 93 Surabaya
9. Untuk menganalisis perbedaan loyalitas toko pada pelanggan Terang Bulan Manis Holland dengan pelanggan Terang Bulan Manis 93 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 kepuasan toko, kualitas barang dagangan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas toko.

2. Bagi STIE Perbanas

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai pengaruh tentang kepuasan toko, kualitas barang dagangan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas toko pada Terang Bulan Manis Holland dan Terang Bulan Manis 93 Surabaya.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak perusahaan Terang Bulan Manis Holland dan Terang Bulan Manis 93 Surabaya sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam bidang pemasaran terutama yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan.

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 diuraikan gambaran subyek penelitian, dan analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan dan saran yang diajukan yang dapat bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan.