

BAB I

PENDAHULUAN

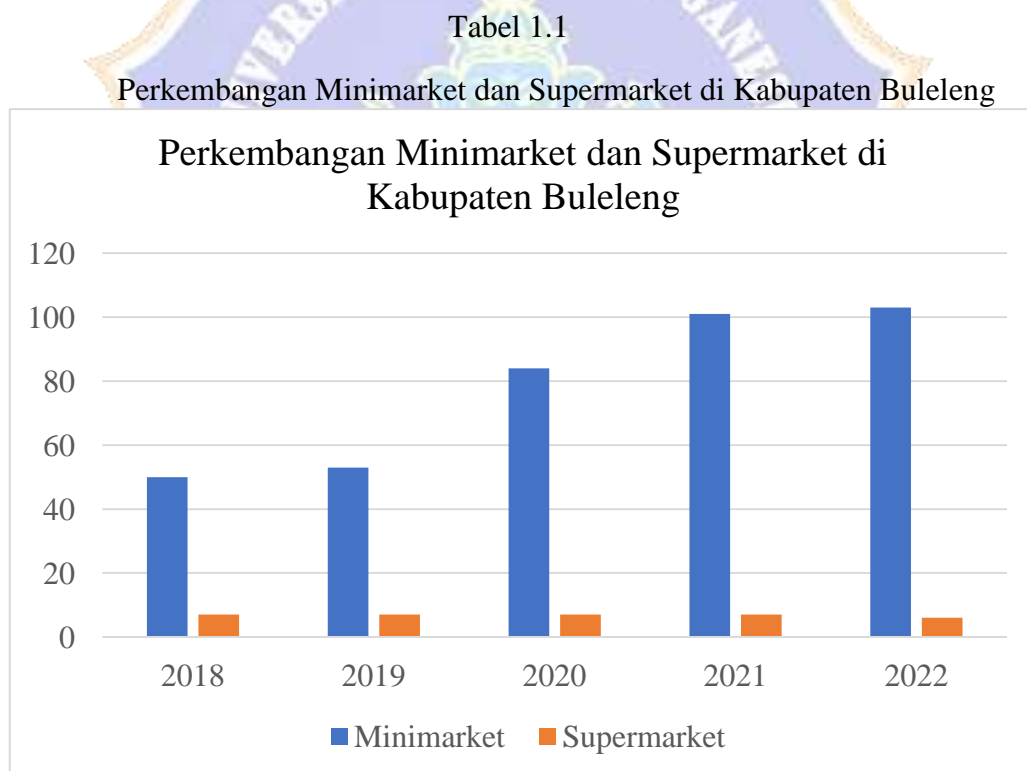
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi yang meningkat. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dapat dilihat dari banyaknya perdagangan yang terjadi, salah satunya dengan muncul berbagai toko ritel. Menurut Levy dan Weitz (2001:8) “*Retailing* adalah satu rangkaian aktivitas bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga”. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari *retailing* adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri. Toko ritel yang terus berkembang menunjukkan pentingnya peranan ritel dalam menunjang aktivitas perekonomian serta dalam pemenuhan kebutuhan konsumen.

Kemunculan berbagai toko ritel, membuat perusahaan harus mampu mempersiapkan diri dalam bersaing bersama toko lain. Perusahaan harus mampu bertahan dalam bersaing dan memenuhi harapan serta ekspektasi pelanggan. Menurut Hasan (2013), strategi pemasaran yang baik harus dibangun atas dasar pemahaman bisnis yang kuat, dikombinasikan dengan pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan, pesaing, dan *skills*, dan *core* bisnis termasuk dengan para pemasok dan distributor. Menurut Porter, strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Begitu juga menurut Hanel dan Prahalad strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan

terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan

Menurut Kotler (1997) klasifikasi pengecer toko (*store retailing*) adalah *specialty store* (toko khusus), toko serba ada (*department store*), toko kebutuhan sehari-hari (*convenience store*), pasar swalayan (supermarket), toko diskon (*discount store*), dan pengecer potongan harga (*off price retailers*). Di Kabupaten Buleleng, banyak bisnis perdagangan yang berkembang. Supermarket dan minimarket termasuk kedalam jenis ritel yang berkembang di Kabupaten Buleleng. Perkembangan minimarket dan supermarket dalam lima tahun terakhir di Kabupaten Buleleng dapat dilihat pada tabel 1.1



Sejak tahun 2018 hingga tahun 2022, supermarket di Kabupaten Buleleng mengalami penurunan. Salah satu supermarket yang harus tutup karena tidak mampu bertahan dan bersaing adalah Hardy's Carrefour Singaraja. Berbeda

dengan minimarket, jumlah minimarket di tahun 2018 sampai 2022 bertambah sebanyak 53 minimarket. Hal ini menjadi permasalahan yang harus diperhatikan oleh pemilik supermarket di Kabupaten Buleleng, agar perusahaan tidak bangkrut. PT Clandy's Sukses Abadi atau Clandy's Singaraja 3 beralamat di jalan surapati, Kampung Baru, Buleleng. Perusahaan ini merupakan salah satu supermarket yang berkembang di Kabupaten Buleleng sejak tahun 2016. Selain menjual perlengkapan bayi dan anak, Clandy's Singaraja 3 juga menjual kebutuhan pangan sehari-hari. Untuk produk susu anak dan diaper, supermarket ini menjual produk dengan harga termurah di Kabupaten Buleleng. Lokasi yang strategis dan tempat yang luas membuat produk yang dijual sangat bervariasi. Selain harga yang dijual terjangkau, perusahaan juga menyediakan *virtual member card*, agar konsumen mendapat informasi promo dengan mudah, harga jauh lebih murah, dan dapat digunakan saat data seluler mati. Clandy's Singaraja 3 memiliki 2 lantai, di lantai 1 menjual perlengkapan bayi dan anak serta kebutuhan pangan sehari-hari. Sedangkan di lantai 2, supermarket ini menyediakan permainan yang dapat digunakan mulai dari anak kecil hingga dewasa. Desain dan warna yang berbeda dengan cabang lainnya, tersedia parkir yang luas dan parkir bawah tanah, serta terdapat penjual makanan dan minuman di bagian depan, menjadi salah satu keunikan yang ada di Clandy's Singaraja 3. Selain itu juga tersedia berbagai fasilitas pendukung seperti *escalator*, *lift*, dan akses untuk disabilitas serta toilet.

Loyalitas pelanggan merupakan sebuah asset yang sangat berharga dan harus dijaga oleh setiap perusahaan, karena dengan menjadi pelanggan yang loyal mereka memiliki komitmen terhadap produk yang kemudian akan mendapat *profit* bagi perusahaan, selain itu dalam jangka panjang, menjaga pelanggan lebih

mudah daripada mencari dan mendapatkan pelanggan baru. Menurut Berry dalam Tjiptono (2005), loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) dapat didefinisikan sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang konsisten. Hal ini sejalan dengan pendapat Gremler dan Brown (dalam Ali Hasan, 2008) loyalitas pelanggan adalah dapat dikatakan sebagai pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga memiliki komitmen dengan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, contohnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

Berdasarkan hasil kuesioner awal yang dilakukan kepada 10 orang konsumen yang pernah berkunjung ke Clandy's Singaraja 3 diperoleh hasil bahwa 6 orang menyatakan loyalitas rendah yang berarti pembeli belum memiliki komitmen yang kuat untuk berlangganan atau pembelian kembali secara konsisten dalam waktu yang panjang, 4 orang menyatakan loyalitas sedang terhadap Clandy's Singaraja 3. Terciptanya loyalitas dapat memberikan manfaat hubungan pelanggan dengan perusahaan menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap produk serta membuat rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono 2000)

Penelitian yang dilakukan oleh Melania (2019), menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan dan kinerja, maka konsumen akan senang dan loyalitas konsumen secara langsung akan timbul pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil kuesioner awal yang dilakukan kepada 10 orang konsumen yang pernah berkunjung ke Clandy's Singaraja 3 diperoleh 6 orang menyatakan kualitas pelayanan di Clandy's Singaraja 3 masih rendah dan 4 orang menyatakan sedang. Kumar et al (2009) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan kepada perusahaan disebabkan oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan Nurfitriani (2019), menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Tidak sejalan dengan penelitian oleh Putri, et al., (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Juan, et al., (2009) selain kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor paling penting untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil kuesioner awal yang dilakukan kepada 10 orang konsumen yang pernah berbelanja di Clandy's Singaraja 3 diperoleh hasil 3 orang menyatakan kepuasan pelanggan di Clandy's Singaraja 3 rendah, 1 orang menyatakan sangat rendah, dan 6 orang menyatakan sedang, Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan di Clandy's Singaraja 3 masih rendah, karena pelanggan merasa produk dan pelayanan yang diberikan belum memuaskan.

Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Menurut Kotler dan Keller (2009), Jika konsumen puas, konsumen mungkin ingin membeli produk itu kembali. Kotler dan Keller (2007) Menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan kepuasan konsumen akan membentuk minat membeli atau menggunakan kembali suatu produk. Artinya

semakin baik bentuk pelayanan yang diberikan dan didukung oleh tingkat kepuasan yang tinggi tentunya akan membentuk loyalitas pada konsumen.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan sudah dilakukan oleh beberapa peneliti. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Kadek Ayu (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Lembaga Perkreditan Desa Desa Adat Tajun”. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada LPD Desa Adat Tajun, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada LPD Desa Adat Tajun, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada LPD Desa Adat Tajun.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ogi (2020) yang berjudul “Pengaruh Kepuasan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim pada Toko Inten Desa Pagar Dewa Kecamatan Kelayut Tengah Kabupaten Kaur”. Hasil penelitian menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan muslim di Toko Inten Desa Pagar Dewa Kecamatan Kelayut Tengah Kabupaten Kaur, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan muslim di Toko Inten Desa Pagar Dewa Kecamatan Kelayut Tengah Kabupaten Kaur, dan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan muslim di Toko Inten Desa Pagar Dewa Kecamatan Kelayut Tengah Kabupaten Kaur.

Berdasarkan permasalahan yang ditemui di Clandy's Singaraja 3 peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan

dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Clandy’s Singaraja 3 ”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Loyalitas pelanggan di Clandy’s Singaraja 3 sedang berdasarkan kuesioner awal
2. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Clandy’s Singaraja 3 rendah berdasarkan kuesioner awal
3. Terjadi persaingan antara Supermarket dan Minimarket di Singaraja
4. Adanya kesenjangan hasil penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada Clandy’s Singaraja 3, maka permasalahan dibatasi dengan menggunakan tiga variabel dalam penelitian yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Clandy's Singaraja 3 ?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Clandy's Singaraja 3 ?
3. Apakah kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Clandy's Singaraja 3?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Clandy's Singaraja 3
2. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Clandy's Singaraja 3
3. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Clandy's Singaraja 3

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang kajian manajemen pemasaran yang

berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan oleh pihak Clandy's Singaraja 3 sebagai implementasi strategi pemasaran dalam hal kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

