# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri ritel modern di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat. Masyarakat kini semakin mengutamakan kenyamanan, kemudahan akses, serta berbagai penawaran menarik dalam memilih tempat berbelanja. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk., sebagai pengelola jaringan minimarket Alfamart, terus berinovasi dalam strategi pemasaran dan pengelolaan produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu strategi yang diterapkan adalah program promosi dan optimalisasi ketersediaan produk, termasuk kategori BeanSpot, yang mencakup berbagai minuman berbasis kopi dan cokelat siap saji.

Promosi memainkan peran krusial dalam mendorong keputusan pembelian pelanggan. Berbagai strategi seperti diskon, bundling, dan program loyalitas sering digunakan untuk menarik minat pelanggan dan meningkatkan frekuensi pembelian. Namun, keberhasilan promosi tidak hanya bergantung pada besarnya potongan harga atau hadiah yang diberikan, tetapi juga pada efektivitas penyampaian informasi serta persepsi pelanggan terhadap manfaat yang akan mereka peroleh. Dalam konteks Alfamart Villa Ciomas 2, evaluasi terhadap program promosi Bean Spot diperlukan untuk memahami sejauh mana strategi tersebut berpengaruh terhadap minat beli dan kepuasan pelanggan.

Selain promosi, ketersediaan produk juga menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman belanja yang positif. Pelanggan menginginkan produk yang mereka cari selalu tersedia, sehingga konsistensi stok sangat berpengaruh terhadap kepuasan mereka. Jika produk sering kehabisan, pelanggan dapat merasa kecewa dan beralih ke toko lain. Oleh karena itu, menjaga ketersediaan produk Bean Spot di Alfamart Villa Ciomas 2 menjadi aspek penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator utama keberhasilan bisnis ritel. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan

merekomendasikan toko kepada orang lain, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan loyalitas merek. Oleh karena itu, memahami keterkaitan antara promosi, ketersediaan produk, dan kepuasan pelanggan menjadi langkah strategis bagi manajemen Alfamart Villa Ciomas 2 dalam mengoptimalkan bisnis mereka.

Dalam industri ritel modern, keberhasilan suatu toko sangat bergantung pada kepuasan pelanggan, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk efektivitas promosi dan ketersediaan produk. Di Alfamart Villa Ciomas 2, produk Bean Spot merupakan salah satu kategori minuman siap saji yang cukup diminati oleh pelanggan. Namun, dalam praktiknya, terdapat beberapa permasalahan yang dapat memengaruhi pengalaman belanja pelanggan terkait promosi dan ketersediaan produk ini. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi secara jelas dan mendalam guna menemukan solusi yang tepat bagi peningkatan kualitas layanan toko.

Salah satu permasalahan yang sering terjadi adalah efektivitas promosi produk Bean Spot yang belum optimal. Meskipun Alfamart sering mengadakan berbagai jenis promosi seperti diskon, bundling, atau program loyalitas, masih ditemukan bahwa tidak semua pelanggan mengetahui atau tertarik dengan program tersebut. Faktor seperti kurangnya informasi yang jelas di dalam toko, keterbatasan media promosi, serta ketidaksesuaian ekspektasi pelanggan terhadap manfaat promosi dapat menjadi penyebab utama kurangnya daya tarik promosi Bean Spot. Akibatnya, meskipun promosi telah dilakukan, tidak semua pelanggan terdorong untuk membeli produk tersebut, sehingga efektivitas strategi pemasaran perlu dikaji lebih dalam.

Selain itu, ketersediaan produk Bean Spot juga menjadi permasalahan yang cukup krusial. Beberapa pelanggan mengeluhkan bahwa produk Bean Spot sering kali tidak tersedia di rak, terutama pada jam-jam tertentu atau saat permintaan tinggi. Kondisi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterlambatan dalam pengisian ulang stok, sistem manajemen persediaan yang kurang optimal, atau bahkan kurangnya koordinasi dengan pemasok. Ketidaktersediaan produk

dalam jangka waktu tertentu dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan berpotensi mengurangi loyalitas mereka terhadap Alfamart Villa Ciomas 2.

Lebih lanjut, interaksi antara promosi dan ketersediaan produk juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika suatu produk sedang dalam masa promosi, permintaan biasanya meningkat secara signifikan. Namun, jika stok produk tidak dikelola dengan baik, pelanggan yang datang untuk membeli produk dengan harga promosi dapat mengalami kekecewaan karena produk tidak tersedia. Hal ini justru dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan dan menimbulkan persepsi negatif terhadap manajemen toko. Oleh karena itu, perlu adanya evaluasi mengenai bagaimana keseimbangan antara promosi dan pengelolaan stok dapat dikelola secara lebih efektif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini berupaya untuk menganalisis secara empiris bagaimana pengaruh promosi dan ketersediaan produk Bean Spot terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart Villa Ciomas 2. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara lebih mendalam, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pihak manajemen dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pengelolaan stok agar dapat menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik bagi pelanggan.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Efektivitas promosi produk Bean Spot di Alfamart Villa Ciomas 2 yang belum optimal.
2. Kurangnya informasi yang jelas mengenai promosi produk Bean Spot di dalam toko.
3. Ketersediaan produk Bean Spot yang sering kali tidak mencukupi, terutama pada jam-jam tertentu atau saat permintaan tinggi.
4. Keterlambatan pengisian ulang stok produk Bean Spot di rak.
5. Pengelolaan persediaan produk Bean Spot yang kurang efektif.
6. Ketidakpuasan pelanggan akibat produk Bean Spot yang tidak tersedia saat promosi berlangsung.

## 1.3 Ruang Lingkup/Batasan Masalah

Penelitian ini akan lebih fokus dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan terkait promosi dan ketersediaan produk Bean Spot di Alfamart Villa Ciomas 2. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen toko dalam meningkatkan efektivitas promosi dan pengelolaan stok guna meningkatkan pengalaman belanja pelanggan.

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah berpengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan produk Bean Spot di Alfamart Villa Ciomas 2?
2. Apakah berpengaruhketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan produk Bean Spot di Alfamart Villa Ciomas 2?
3. Apakah promosi dan ketersediaan produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan produk Bean Spot di Alfamart Villa Ciomas 2

## 1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki dan memahami pengaruh promosi serta ketersediaan produk Bean Spot terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart Villa Ciomas 2. Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam konteks ritel modern.

### 1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada produk Bean Spot di toko Alfamart Villa Ciomas 2.
2. Menganalisis pengaruh ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Bean Spot di toko Alfamart Villa Ciomas 2.

3. Menganalisis pengaruh simultan antara promosi dan ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Bean Spot di toko Alfamart Villa Ciomas 2.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memahami laporan ini dengan lebih baik, materi-materi dalam proposal skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Berisi teori-teori yang relevan, definisi konsep, dan literatur yang mendukung penelitian.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi gambaran objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan analisis data.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran untuk pihak terkait.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisi referensi buku, jurnal, dan sumber lain yang digunakan dalam penelitian.