

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia bisnis ritel seperti minimarket, supermarket, hypermarket dan sebagainya adalah bagian dari modernisasi dari pasar tradisional yang memungkinkan orang dapat berbelanja dengan fasilitas dan kenyamanan serta pelayanan yang baik, dan harga dari setiap produk yang cukup terjangkau, hal ini terus berkembang seiring dengan kebutuhan penduduk yang jumlahnya terus meningkat. Salah satu bisnis ritel yang melayani kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari adalah minimarket. Indomaret yang tetap konsisten berkecimpung di bidang minimarket (lokal) dikelola secara profesional dan dipersiapkan memasuki era globalisasi. Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas outlet atau toko penjualan kurang dari 200 m². Dikelola oleh PT Indomarco Prismaatama, cikal bakal pembukaan Indomaret di Kalimantan dan toko pertama dibuka di Ancol, Jakarta Utara. Pada Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia. PT Indomarco Prismaatama, beroperasi sebagai Indomaret, Indomaret merupakan salah satu anak perusahaan Salim Group yang didirikan oleh Sudono Salim, salah satu grup bisnis terbesar di Indonesia dan Indomaret Cipanas Lebak banten adalah salah satu cabangnya.

Indomaret Cipanas Lebak Banten yang berlokasi di Jl. Raya Rangkas – Bogor Km.37 Cipanas, Kec. Cipanas, Kabupaten Lebak, Banten 42372. Didirikan pada tahun 2013 merupakan salah satu cabang dari PT Indomarco Prismaatama, Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m² dengan jumlah karyawan 6 orang dan jam operasional buka 07.00 – 22.00, yang memiliki struktur : (1) *Chief of store* , (2) *Store sr leade* (3) *Store jr leader* (4) *Store crwe girls* (5) *Store crwe boy*.

Kompetisi antar perusahaan saat ini sangat ketat dan berkembang, seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Konsep pemasaran modern juga mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba-lomba untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menjual produk-produk dengan

jenis dan kegunaan yang sama. Konsumen juga bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk di suatu toko. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan wujud fisik, namun juga termasuk segala aspek seperti kualitas pelayanan, harga yang melekat pada produk dan store atmosphere yang ada di toko tersebut. sehingga toko tersebut dapat menarik konsumen dalam mengambil keputusannya untuk membeli produk yang dijual. Indomaret berusaha keras untuk membuat strategi-strategi yang dapat menarik minat konsumen serta membuat pelanggan merasa puas. Segala upaya dilakukan oleh Indomaret meliputi lokasi yang strategis, dan mudah dijangkau, tempat yang bersih dan nyaman, memberikan pelayanan yang terbaik menetapkan strategi harga yang sedemikian rupa untuk menarik konsumen, misalnya dengan memberikan potongan harga, menetapkan harga yang strategis, memberikan kupon untuk produk-produk tertentu, memberikan kemudahan pembayaran tidak tunai, terdapat fasilitas kartu anggota, dan lain-lain untuk meningkatnya pembelian serta memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian produk yang kita tawarkan. Banyak perusahaan ritel yang memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen mereka. Maka dengan kualitas pelayanan yang terjamin akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersepsikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Dalam keputusan pembelian konsumen selalu mempertimbangkan aspek-aspek yang ada untuk mempengaruhi minat beli selain kualitas pelayanan harga juga merupakan faktor penting yang menentukan konsumen untuk membeli suatu produk dari toko ritel selain itu konsumen juga sering kali dipengaruhi oleh suasana yang ada disuatu toko. Untuk itu perusahaan harus tahu dan mampu mengelola produk, harga dan membuat suasana toko yang menarik serta nyaman atau memberika pelayanan yang baik serta ramah agar menjadi sesuatu yang dicari atau dibutuhkan oleh konsumen. Dari sini munculah persoalan tentang bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret cabang Cipanas. Karena setiap perusahaan tentunya memiliki target yang harus dicapai setiap bulannya agar perusahaan terebut terus dapat berdiri dan berkembang.

Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau belum karena setiap masyarakat atau konsumen mempunyai penilaian masing-masing setiap pelayanan yang diberikan terhadap individunya. Peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat, produk akan kurang diminati oleh konsumen. Harga juga merupakan salah satu hal penting dan sangat berpengaruh. Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. *Store Atmosphere* juga adalah salah satu faktor penting dan sangat menentukan kenyamanan pelanggan dalam berbelanja.

Menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Menurut Ginting (2015:113) pelayanan pelanggan merupakan unsur strategi produk. Salah satu bentuknya adalah jasa dukungan produk yang meningkatkan (*augment*) produk aktual.

Kotler dan Armstrong dalam Suparyanto dan Rosad (2015:142) mengatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk suatu barang atau jasa, atau nilai dari konsumen yang ditukarkan untuk mendapatkan manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2017:196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Guna memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas Lebak Banten sebagai upaya untuk melakukan perbaikan di masa yang akan datang dan berdasarkan pada latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Indomaret Cipanas Lebak Banten”**.

1.2. Identifikasi masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang terkadang kurang ramah dan harus ditingkatkan.
2. Harga yang kurang bersaing dengan kompetitor lainnya.
3. Beberapa pelanggan kurang puas dengan pelayanan di Indomaret.
4. Terkadang harga tidak sesuai dengan yang ada di rak produk.
5. Tidak adanya musik di dalam toko.

1.3. Pembatasan masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Indomaret Jasinga menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas Lebak Banten.

1.4. Perumusan Masalah

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

1. Apakah secara simultan kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas?
2. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan di Indomaret Cipanas ?
3. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan di Indomaret Cipanas ?
4. Apakah secara parsial *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan di Indomaret Cipanas ?

1.5. Tujuan Peneliti

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas?
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Cipanas?

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dari penulis, sehingga penulis mengetahui apa-apa saja subvariabel dan indikator dari kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* dan kaitannya dengan kepuasan pelanggan yang nantinya dapat diaplikasikan secara nyata oleh penulis.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan menjadi referensi untuk pengembangan studi ataupun penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dihari-hari yang akan datang.

3. Bagi Indomaret

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Indomaret, baik sebagai bahan pertimbangan ataupun sebagai evaluasi atas kinerja pelayanan, harga dan suasana toko di Indomaret.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.