

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Industri ritel pada era sekarang ini semakin pesat. Ini diakibatkan oleh semakin meningkatnya kebutuhan konsumen atas barang. Dengan semakin tingginya minat konsumen ritel, serta dengan melihat banyaknya konsumen yang mempunyai kebutuhan yang beraneka ragam, maka banyak para pelaku bisnis mempunyai peluang besar untuk mendirikan suatu bisnis ritelnya, namun persaingan antar pebisnis akan semakin ketat.

Tingginya minat konsumen akan tempat belanja yang aman dan nyaman, dengan kualitas produk yang tinggi menjadikan semakin banyaknya pusat perbelanjaan yang ada saat ini. Swalayan sebagai salah satu pusat perbelanjaan ritel menawarkan produk yang beragam dan lengkap dengan harga yang bersaing. Namun yang terpenting adalah pusat perbelanjaan harus senantiasa memberikan kualitas layanan yang terbaik dan benar-benar memenuhi harapan konsumen.

Swalayan merupakan suatu pusat perbelanjaan modern dan merupakan musuh utama dari pasar tradisional. Dikatakan sebagai pusat perbelanjaan modern dikarenakan transaksi yang dilakukannya sudah teratur dan sistematis. Yaitu pembeli dapat langsung memilih barang yang dibutuhkannya dan dapat melihat harga barang yang tertera dalam label kemasan. Pelayanannyapun dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh para

pramuniaga toko. Serta pembayarannya dilakukan di kasir dengan sistem pembayaran yang sudah terkomputerisasi.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi harapan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen atas kualitas layanan dapat diukur dengan membandingkan antara layanan yang diterima dengan persepsi yang dilakukan oleh konsumen. Dalam dunia bisnis kualitas merupakan harga mati yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap survive dalam bisnisnya (Lupiyoadi, 2001).

Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001), kualitas pelayanan (SERVQUAL) yang dilakukan oleh suatu perusahaan terdapat beberapa dimensi diantaranya *tangibles*, yang merupakan kemampuan dari suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Artinya perusahaan harus dapat memberikan bukti secara nyata agar konsumen percaya akan suatu layanan yang ada dalam perusahaan. *Reliability*, merupakan suatu kemampuan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Maka dari itu, kinerja harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh para pelanggan. *Responsiveness*, merupakan suatu kemauan dari karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas. Artinya setiap karyawan harus selalu tanggap terhadap setiap konsumen yang membutuhkan bantuan. *Assurance*, merupakan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa

percaya para pelanggan kepada perusahaan. Artinya perusahaan harus dapat memberikan jaminan atas apa yang diberikan perusahaan kepada konsumennya seperti keamanan, kompetensi dan sopan santun. *Empathy*, biasanya dilakukan dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Tuntutan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik tidak dapat dihindari oleh penyelenggara pelayanan jasa. Tuntutan para konsumen untuk memperoleh pelayanan yang lebih baik harus disikapi sebagai upaya untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Pada dasarnya kualitas layanan dapat mempengaruhi pembelian konsumen. Meningkatkan kualitas layanan dan memberikan kepuasan kepada konsumen merupakan tujuan utama dari perusahaan. Maka dari itu peran kualitas layanan akan semakin penting untuk membangun loyalitas pelanggan.

Selain kualitas layanan yang baik suatu perusahaan harus mempunyai citranya sendiri. Citra merupakan suatu yang diberikan konsumen kepada perusahaan atas kesan apa yang didapatkannya dalam perusahaan tersebut. Hamel & Prahalad dalam Anwar (2007), mengemukakan bahwa pada dasarnya terdapat empat indikator pokok yang dijadikan dalam pengukuran citra yaitu *recognition*, merupakan kemampuan konsumen dalam mengenal dan mengingat suatu citra perusahaan. *Reputation*, merupakan kekuatan citra perusahaan yang dapat membangun status dibenak konsumennya. Kemudian *Affinity*, merupakan kekuatan citra perusahaan yang membentuk asosiasi

positif yang membuat konsumen menyukai apa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Yang terakhir adalah *domain*, yang merupakan kemampuan perusahaan untuk menampilkan keunikannya. Sesungguhnya citra akan memberikan pengaruh yang positif kepada konsumen, karena dengan adanya citra baik yang dimiliki perusahaan akan mendorong minat beli konsumen. Bahkan akan menciptakan loyalitas pelanggan pada perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan menunjukkan pada kesetiaan pelanggan pada objek tertentu. Pada umumnya pelanggan yang loyal kemungkinan menunjukkan sikap dan perilaku positif terhadap swalayan tersebut, seperti mempunyai kepercayaan yang tinggi, melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi yang positif. Dengan banyaknya pelanggan yang loyal maka secara tidak langsung akan membuatnya semakin berkembang. Selain itu swalayan dalam mendapatkan loyalitas pelanggan mempunyai alasan yaitu ketika suatu pelanggan sudah percaya pada swalayan dalam suatu urusan maka akan percaya juga dalam urusan lainnya, kemudian biaya operasi akan menjadi lebih efisien jika mempunyai banyak pelanggan yang loyal. Karena pada dasarnya untuk mendapatkan pelanggan baru akan menghabiskan biaya yang jauh lebih besar dibanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada.

Perkembangan bisnis di kota Purbalingga saat ini sudah cukup pesat. Tidak terkecuali dengan bidang perdagangan ritel. Salah satu usaha ritel di Purbalingga yang mempunyai banyak pelanggan adalah ABC swalayan.

Tempat tersebut memiliki tempat yang sangat strategis yaitu dipusat kota Purbalingga. Tepatnya di Jl. Jendral Sudirman No. 67B Purbalingga sebelah barat alun-alun kota Purbalingga. Swalayan tersebut sudah terkenal, hampir semua warga Purbalingga mengenal dan pernah melakukan pererbelanjaan ditempat tersebut. Karena target pemasaran swalayan tersebut hampir mencakup semua golongan, mulai dari menengah kebawah sampai menengah keatas.

ABC swalayan mempunyai citra yang sudah terbangun dalam benak konsumennya, yang akan sulit untuk ditiru oleh perusahaan yang lain. Citra yang dimiliki ABC swalayan akan berperan dalam mempengaruhi pembelian konsumen. Sebab pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanannya saja, namun faktor citra juga ikut berpengaruh. Oleh karena itu, ABC swalayan harus senantiasa menjaga citra yang dimilikinya. ABC swalayan diharapkan mampu memenuhi berbagai kebutuhan yang dibutuhkan oleh pelanggan yang ada di daerah Purbalingga dan sekitarnya yang akan menjadikan mereka merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang lagi di ABC swalayan.

Kebanyakan pelanggannya tersebut merupakan ibu-ibu rumah tangga dan para pedagang eceran. Barang-barang yang tersediapun lengkap dan beragam mulai dari kebutuhan pokok, pakaian, alat-alat rumah tangga, alat perlengkapan kantor, sekolah, dan masih banyak lainnya.. Walaupun memiliki pelanggan yang loyal, ABC swalayan harus selalu menjaga kualitas serta pelayanannya agar konsumen tidak berpindah ke tempat lain.

Penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Nugroho (2013) yang berjudul pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) Cirebon. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Pradini yang berjudul analisis pengaruh kualitas layanan dan *brand image* terhadap minat beli ulang pada restoran Kentucky Fried Chicken (KFC) menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap minat beli ulang konsumen KFC Salatiga, serta variabel citra merek merupakan variabel yang lebih tinggi nilai kontribusinya dibandingkan dengan kualitas layanan.

Dengan banyaknya faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti dalam variabel citra swalayan dan kualitas layanan maka dalam penelitian ini bermaksud membahas pengaruh citra swalayan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan ABC swalayan kota purbalingga.

Berdasarkan uraian diatas, maka saya sebagai peneliti tertarik untuk meneliti tentang “**Analisis Pengaruh Citra Swalayan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada ABC Swalayan Kota Purbalingga)**”

B. PERUMUSAN MASALAH

Dari berbagai uraian latar belakang diatas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah citra swalayan yang meliputi *recognition, reputation, affinity, dan domain* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan ABC swalayan kota Purbalingga.
2. Apakah kualitas layanan yang meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan ABC swalayan kota Purbalingga.
3. Apakah citra swalayan dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan ABC swalayan kota Purbalingga.
4. Dari citra swalayan dan kualitas layanan, variabel apakah yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ABC swalayan kota Purbalingga.

C. BATASAN MASALAH

Untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu luas, maka dalam penelitian ini dibatasi hanya pada :

1. Konsumen yang berdomisili di kabupaten Purbalingga.
2. Variabel yang diteliti dibatasi pada variabel kualitas layanan dan citra swalayan.

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis pengaruh citra swalayan yang meliputi *recognition, reputation, affinity, dan domain* secara parsial terhadap loyalitas pelanggan ABC swalayan kota Purbalingga.

2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan yang meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara parsial terhadap loyalitas pelanggan ABC swalayan kota Purbalingga.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra swalayan dan kualitas layanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan ABC swalayan kota Purbalingga.
4. Untuk menganalisis variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ABC swalayan kota Purbalingga.

E. MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai beberapa manfaat :

1. Bagi ABC swalayan
Sebagai dasar kebijakan dan informasi manajemen swalayan dalam memahami perilaku pelanggannya, serta dapat digunakan dalam membuat strategi bersaing agar mampu bersaing antara pengusaha toko eceran lainnya yang akan membuatnya semakin berkembang dan senantiasa dapat mempertahankan loyalitas pelanggannya.
2. Bagi penulis
Sebagai bahan yang dapat memperluas pengetahuan secara praktek tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan cara membandingkan teori yang diperoleh dengan penerapannya secara langsung dalam masalah perusahaan.
3. Berbagai pihak yang ingin mempelajari mengenai persoalan swalayan, khususnya faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.