

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat memuaskan konsumennya. Kepuasan konsumen menurut Kotler (2009:138) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen untuk datang kembali untuk pembelian ulang, serta dapat juga membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Semakin banyak pesaing, perusahaan semakin dituntut untuk dapat melihat setiap kesempatan serta mengembangkan strategi untuk dapat memberikan kepuasan konsumen secara maksimal. Sebagai contoh perusahaan harus mampu memberikan kualitas produk dengan mutu terbaik, fasilitas lengkap, harga menarik, promosi yang baik, dan citra perusahaan positif terhadap konsumen. Untuk itu diperlukan strategi untuk dapat bersaing secara kompetitif dengan perusahaan lain.

Industri ritel merupakan industri yang strategis dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Dalam konteks Global, potensi pasar ritel

Indonesia tergolong cukup besar. Industri ritel memiliki kontribusi terbesar kedua terhadap pembentukan *Gross Domestic Product* (GDP) setelah industri pertanian. Selain itu, dilihat dari sisi pengeluaran, GDP yang ditopang oleh pola konsumsi juga memiliki hubungan erat dengan industri ritel. Hal inilah yang diyakini menjadi daya dorong pemulihan pertumbuhan ekonomi Indonesia pasca krisis tahun 1998.

Sejak tahun 1998, peta industri ritel mengalami perubahan besar terutama setelah pemerintah melakukan liberalisasi. Liberalisasi ditandai dengan ditandatanganinya *letter of intent* dengan IMF yang memberikan peluang investasi kepada pihak asing untuk masuk dalam industri ritel Indonesia. Peritel asing sangat aktif untuk melakukan investasi terutama dalam skala besar seperti hipermarket dan *Departemen Store*.

Pelayanan yang baik juga harus didukung dengan fasilitas yang baik pula. Maka dari itu pelayanan yang diberikan mulai dari pramuniaga, kasir, satpam, sampai *cleaning service* pun juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas yang dirasakan bisa berupa fasilitas fisik dan peralatan yang dipergunakan. Adapun representasi fisik dari jasa, antara lain meliputi: kenyamanan ruangan, ketersediaan fasilitas penunjang (ATM, kartu debit kredit, dan lain-lain), ketersediaan tempat parkir yang memadai serta aman bagi konsumen, penampilan pegawai perusahaan, serta kebersihan toilet. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan yang dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2008).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara serempak dan secara parsial pengaruh fasilitas, harga, promosi, dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen, serta menganalisis variabel yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Rita Isola Purwokerto.

Rita Isola Purwokerto merupakan Supermarket di Kota Purwokerto yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang beralamatkan Jl. Jendral Sudirman Purwokerto, 53123 Indonesia.

Supermarket Rita Isola Purwokerto sebagai salah satu supermarket yang ada di Purwokerto merupakan salah satu alternatif bagi masyarakat untuk berbelanja. Terbukti dengan banyaknya konsumen yang datang untuk berbelanja. Hal tersebut mendorong pihak manajemen supermarket untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain fasilitas, harga, promosi, dan citra perusahaan. Untuk itu manajemen supermarket dituntut dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen terutama fasilitas yang diberikan, kelengkapan ragam produk, harga yang ditawarkan, penawaran-penawaran yang menarik serta citra perusahaan yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Sehubungan dengan hal tersebut, manajemen Supermarket Rita Isola Purwokerto harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan fasilitas terbaik, menetapkan harga yang bersaing dengan

perusahaan lain, promosi yang menarik minat konsumen, dan selalu memberikan citra perusahaan yang baik pula. Karena, hal tersebut merupakan faktor-faktor yang menciptakan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Supriatin (2011) pada analisis kepuasan konsumen berdasarkan variabel fasilitas, harga, dan citra perusahaan (studi kasus TMBOOKSTORE DEPOK) menunjukkan bahwa variabel fasilitas, harga, dan citra perusahaan berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan konsumen Tmbookstore. Sedangkan hasil uji dari Tmbookstore berdasarkan variabel fasilitas, harga, dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil proses penelitian pada Tmbookstore bahwa dimensi citra perusahaan, merupakan dimensi yang dianggap penting bagi para pelanggan Tmbookstore Depok. Hal ini mengindikasikan perlu adanya penelitian di Rita Isola Purwokerto untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis kepuasan konsumen berdasarkan variabel fasilitas, harga, promosi, dan citra perusahaan (Studi pada Supermarket Rita Isola Purwokerto).”**

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Untuk mendapatkan gambaran secara jelas mengenai pokok permasalahan, yang nantinya akan digunakan sebagai pedoman pembahasan lebih lanjut, maka perumusan masalah yang diambil sebagai berikut:

1. Apakah fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Supermarket Rita Isola Purwokerto?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Supermarket Rita Isola Purwokerto?
3. Apakah promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Supermarket Rita Isola Purwokerto?
4. Apakah citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Supermarket Rita Isola Purwokerto?
5. Apakah fasilitas, harga, promosi dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rita Isola Purwokerto?

1.3 PEMBATASAN MASALAH

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang akan diteliti lebih terfokus pada tujuan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Supermarket Rita Isola Purwokerto yang beralamatkan Jl. Jendral Sudirman Purwokerto 53123.

2. Variabel yang diteliti dibatasi pada variabel fasilitas, harga, promosi, dan citra perusahaan.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adanya tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Supermarket Rita Isola Purwokerto.
2. Menganalisis faktor harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Supermarket Rita Isola Purwokerto.
3. Menganalisis faktor promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Supermarket Rita Isola Purwokerto.
4. Menganalisis faktor citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Supermarket Rita Isola Purwokerto.
5. Menganalisis faktor fasilitas, harga, promosi, dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Supermarket Rita Isola Purwokerto.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi manajemen Rita Isola Purwokerto

Sebagai tambahan acuan bagi pihak manajemen dalam peningkatan produktifitas pelayanan terhadap konsumen Rita Isola agar kepuasan konsumen meningkat.

2. Bagi penulis

Sebagai sarana pembelajaran meningkatkan kemampuan penulis dibidang penelitian ilmiah yang relevan dengan latar belakang pendidikan penulis.

3. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi keilmuan yang bermanfaat dalam bidang akademis mengenai analisis kepuasan konsumen berdasarkan variabel fasilitas, harga, promosi, dan citra perusahaan Rita Isola Purwokerto.

4. Bagi konsumen Rita Isola

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang bagaimana konsumen dalam menilai perusahaan membentuk strategi untuk kepuasan konsumen.