

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam setiap entitas bisnis, kepuasan pelanggan dan niat beli ulang pelanggan merupakan variabel penting yang selalu menjadi pusat perhatian para manajer. Hal ini disebabkan kepuasan pelanggan dan niat beli ulang pelanggan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan; selain itu kepuasan pelanggan dapat menjadi alat bersaing bagi suatu perusahaan dalam menghadapi para pesaingnya.

Kota Yogyakarta merupakan kota yang dikenal dengan nama kota pelajar dan pariwisata dimana sebagian masyarakatnya terdiri dari pelajar, mahasiswa dan turis. Swalayan di Yogyakarta merupakan bisnis yang potensial, mengingat sebagian besar daerahnya dihuni oleh mahasiswa dan turis yang berasal dari luar Yogyakarta. Merupakan salah satu swalayan yang memiliki penawaran yang berbeda dengan swalayan yang lain, karena swalayan menyajikan pelayanan yang baik.

Swalayan Pamela 1 Yogyakarta berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten, dimana usaha yang dilakukannya yaitu dengan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Dalam persaingan usaha khususnya perusahaan Swalayan Pamela 1 Yogyakarta dihadapkan dengan berbagai macam persaingan. Untuk memenuhi kebutuhan yang semakin meningkat akan jasa layanan usaha dengan menjanjikan pelayanan yang cepat, sehingga

hanya swalayan yang mempunyai nilai lebih yang akan mampu bertahan dan berkembang.

Keadaan ini harus diantisipasi oleh setiap perusahaan agar dapat berkembang dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dengan adanya kondisi tersebut maka, Swalayan Pamela 1 Yogyakarta diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan baik dan tidak mengabaikan keluhan-keluhan yang disampaikan dari konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak swalayan. Pelayanan yang sesuai atau lebih tinggi dibandingkan dengan harapan konsumen perlu dilakukan secara terus menerus, dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan mereka. Perwujudan ini hanya tercapai melalui komitmen bersama oleh seluruh anggota organisasi akan pentingnya kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan

Pertumbuhan perekonomian Indonesia berkembang dengan pesat dari waktu ke waktu. Hal ini harus dibarengi dengan jasa angkutan yang cukup dan memadai sebagai sarana penunjang demi tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi. Kondisi semacam ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat diantara para pengusaha swalayan tersebut, terutama bagi pengusaha swalayan yang menghasilkan jasa yang sejenis dalam usaha merebut dan mendominasi pasar. Dengan

adanya persaingan tersebut, maka perusahaan harus menetapkan kebijakan dalam strategi pemasaran yang efektif agar dapat mencapai sasaran atau target penjualan yang ditetapkan oleh Swalayan Pamela 1 Yogyakarta.

Dalam melaksanakan pekerjaannya setiap karyawan Swalayan Pamela 1 Yogyakarta dituntut agar bekerja secara profesional, teliti dan disiplin. Selain itu karyawan dalam melayani konsumen harus tetap sopan, ramah, dan mau menerima masukan atau kritikan mengenai produk atau fasilitas yang ditawarkan. Disamping itu setiap karyawan harus memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Selain itu, baik manajer dan karyawan Swalayan Pamela 1 Yogyakarta harus memiliki daya tanggap dan mampu memberikan jalan keluar terhadap masalah yang dihadapi pelanggan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh Swalayan Pamela 1 Yogyakarta.

Berhasilnya Swalayan Pamela 1 Yogyakarta dalam memahami kepuasan pelanggan, secara tidak langsung Swalayan Pamela 1 Yogyakarta dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan adalah hal yang penting karena merupakan sumber dari berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam dunia bisnis yang selalu dituntut memberikan kepuasan pelanggan di atas segalanya. Kepuasan pelanggan menurut Swalayan Pamela 1 Yogyakarta merupakan hal yang menjadi kunci utama untuk memenangkan persaingan, sebab apabila pelanggan tidak merasa puas atas kualitas layanan yang diberikan maka pelanggan akan lari dan menjadi konsumen pesaing. Oleh sebab itu

pihak Swalayan Pamela 1 Yogyakarta selalu menjaga dan berusaha meningkatkan kualitas layanannya.

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas menjadi pendorong pelanggan untuk menjalin ikatan atau hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk dapat memahami secara benar harapan, kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan demikian Swalayan Pamela 1 Yogyakarta dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana Swalayan Pamela 1 Yogyakarta selalu memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan. Akhirnya dapat memberikan kualitas layanan baik sehingga kepuasan pelanggan tercapai dapat menciptakan kesetiaan atau pembelian ulang, bahkan dapat menarik konsumen baru.

Untuk usaha, seperti Swalayan Pamela 1 Yogyakarta kemampuan memberikan kepuasan kepada pelanggannya ditentukan oleh kualitas jasa yang terdiri dari lima dimensi (Zeithmal dan Berry 1994) antara lain : Pertama, keandalan (*reliability*) meliputi : kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kedua, daya tanggap (*responsiveness*) meliputi : keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Ketiga, jaminan (*assurance*) meliputi: pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Keempat, empati (*emphaty*) meliputi : kemudahan dalam

melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Kelima, bukti langsung (*tangibles*) meliputi penampilan fisik, peralatan teknologi, dan sarana komunikasi.

Pada umumnya para pelanggan akan merasa atau tidak puas tergantung dari bagaimana memperhatikan kelima variabel tersebut, perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya program pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas layanan.

Persaingan dalam memberikan layanan terhadap pelanggan antara Swalayan Pamela 1 Yogyakarta terhadap pesaingnya menjadi semakin ketat, membuat pelanggan semakin mempunyai banyak alternative pilihan dalam menggunakan layanan perusahaan, mau tidak mau Swalayan Pamela 1 Yogyakarta harus terus menerus meningkatkan kualitas layanan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pasar.

Meningkatkan jumlah dan intensitas persaingan memaksa Swalayan Pamela 1 Yogyakarta harus memberikan tekanan yang lebih besar pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara yang lebih memuaskan. Semakin meningkatnya intensitas persaingan biasanya juga diikuti dengan semakin tingginya kualitas para pesaing yang terlibat.

Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dalam bisnis ini ditentukan oleh kualitas produk dan jasa yang dikehendaki pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap swalayan seperti Swalayan Pamela 1 Yogyakarta dan pesaingnya yang saat

ini dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Konsekuensinya seseorang akan menjadi loyal terhadap Swalayan Pamela 1 Yogyakarta.

Penelitian tentang persepsi yang dilakukan oleh Wisnalmawati (2005) dengan judul Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang menunjukkan bahwa 1) Variabel persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap niat pembelian pada toko Swalayan Mirota Kampus di Gejayan Yogyakarta. Artinya persepsi kualitas layanan semakin baik ada kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian ulang pada toko swalayan Mirota Kampus di Gejayan Yogyakarta. 2) Variabel Persepsi kualitas layanan dan variabel kepuasan berpengaruh terhadap niat pembelian pada toko Swalayan Mirota Kampus di Gejayan Yogyakarta. Artinya persepsi kualitas layanan semakin baik dan mahasiswa semakin puas ada kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian ulang pada toko Swalayan Mirota Kampus di Gejayan Yogyakarta. 3) Variabel persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang melalui kepuasan sebagai variabel moderating pada toko Swalayan Mirota Kampus di Gejayan Yogyakarta. Artinya persepsi kualitas layanan dianggap baik atau buruk tergantung dari pegalaman mahasiswa ada kecenderungan pembelian ulang atau tidaknya pada toko Swalayan Mirota Kampus di Gejayan Yogyakarta. Sehingga kepuasan mahasiswa dapat berlanjut sampai melakukan pembelian ulang atau tidak dapat melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian empiris tentang **Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan**

## **Terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Pada Swalayan Pamela 1 Yogyakarta)**

### **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini batasan masalahnya adalah dimensi kualitas dalam penelitian ini terdiri dari tampilan fisik dan fasilitas (*tangibles*), keandalan dan profesionalisme layanan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan rasa aman dan kepercayaan (*assurance*) dan kemampuan memahami pelanggan (*emphaty*) (Parasuraman et. al, 1994).

### **C. Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang masalah yang telah disampaikan di muka, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel dimensi kualitas layanan yang terdiri dari fisik dan fasilitas (*tangibles*), keandalan dan profesionalisme layanan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan rasa aman dan kepercayaan (*assurance*) dan kemampuan memahami pelanggan (*emphaty*) berpengaruh terhadap niat pembelian ulang pada Swalayan Pamela 1 Yogyakarta?
2. Apakah variabel dimensi kualitas layanan yang terdiri dari fisik dan fasilitas (*tangibles*), keandalan dan profesionalisme layanan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan rasa aman dan kepercayaan (*assurance*) dan kemampuan memahami pelanggan (*emphaty*) berpengaruh terhadap niat pembelian ulang melalui kepuasan sebagai

variabel yang memoderasi pada Swalayan Pamela 1 Yogyakarta?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh variabel dimensi kualitas layanan yang terdiri dari fisik dan fasilitas (*tangibles*), keandalan dan profesionalisme layanan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan rasa aman dan kepercayaan (*assurance*) dan kemampuan memahami pelanggan (*emphaty*) terhadap niat pembelian ulang pada Swalayan Pamela 1 Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh variabel dimensi kualitas layanan yang terdiri dari fisik dan fasilitas (*tangibles*), keandalan dan profesionalisme layanan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan rasa aman dan kepercayaan (*assurance*) dan kemampuan memahami pelanggan (*emphaty*) layanan terhadap niat pembelian ulang melalui kepuasan sebagai variabel yang memoderasi pada Swalayan Pamela 1 Yogyakarta.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi para pengelola usaha ritel maupun jasa seperti restoran, transportasi, paket rekreasi, dan lain-lain, untuk menentukan strategi yang tepat.

2. Bagi para akademisi, penelitian diharapkan sebagai sumbangan empirik mengenai pentingnya pengembangan usaha ritel dan jasa berdasarkan persepsi dimensi kualitas layanan, kepuasan terhadap niat pembelian.