

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan-perusahaan barang maupun jasa, sehingga untuk meraih pasar yang dominan mereka akan mempertimbangkan seberapa pentingnya kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan serta citra perusahaan. Perusahaan yang ingin berhasil dalam persaingan pada era millinium saat ini harus memiliki strategi perusahaan yang dapat memahami perilaku pelanggan. Perusahaan yang baik adalah memahami betul siapa pelanggan dan bagaimana mereka berperilaku. Pemahaman mengenai siapa pelanggannya akan menuntun para pengusaha kepada keberhasilan memenangkan persaingan dunia usaha.

Dewasa ini perusahaan-perusahaan di indonesia berkembang dengan cukup pesat, hal ini tidak terlepas dari pengaruh globalisasi, yang diuntungkan dari hal ini adalah masyarakat atau konsumen. kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dan bahkan memiliki lebih banyak alternatif dalam penentuan produk untuk memenuhi kebutuhannya. Kompetisi antara perusahaan semakin berat, oleh karena itu perusahaan berupaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, maka dibuatlah program-program loyalitas pelanggan.

Perkembangan sistem pemasaran yang sangat pesat serta didukung perkembangan IPTEK dan Teknologi yang menunjang di era globalisasi.

Sehingga para pengusaha yang dapat memberikan pelayanan yang baik serta tempat yang strategis akan memberi kemudahan bagi para pelanggan untuk dapat mengaksesnya. Dengan semboyan yang simpel dan dapat tertanam dibenak konsumen serta dimanapun kita berada akan mudah menemuinya maka diharapkan pelanggan akan setia terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Kualitas jasa lebih sukar untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang, kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada pelanggan, akan tetapi dari kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga dengan pelayanan yang baik maka kesediaan akan berjalan beriringan. Kesetiaan mengacu pada tingkat komitmen yang dimiliki pada sebuah merek tertentu. Manfaat utama kesetiaan merek adalah bahwa hal ini memberikan jaminan terhadap kerugian pasar yang signifikan manakala kompetitor baru memasuki ajang pertarungan (Simamora, 2000)

Keuntungan dari adanya Loyalitas pelanggan adalah berkurangnya pengaruh serangan dari para kompetitor dari perusahaan sejenis, tidak hanya kompetisi dalam hal produk namun juga kompetisi dalam hal persepsi. Selain itu konsumen yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan, karena mereka biasanya memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya dan pada akhirnya mereka tidak akan begitu

mempermasalahkan harga karena mereka percaya pada produk dan kualitas yang dimiliki perusahaan.

Pada saat ini telah banyak muncul minimarket di kawasan Yogyakarta seperti Indomaret yang berada ditempat-tempat yang strategis. Indomaret dikelola perusahaan Indomarco Prismatama. Cikal bakal berdirinya yaitu di Kalimantan dan toko pertamanya dibuka di Ancol, Jakarta Utara (Indomaret)

Pada tahun 1997 Indomaret mengembang bisnis waralaba pertama di Indonesia. Tahun 2003 Indomaret mendapat penghargaan dari presiden Megawati yaitu sebagai perusahaan waralaba 2003 dengan 230 gerai yang telah teruji. Motto Indomaret yang simpel dan menarik yaitu Mudah dan Hemat. Semboyan tersebut sangat baik dan mudah tertanam di benak konsumen. Pada saat ini outlet Indomaret diseluruh indonesia sudah mencapai 4.955 gerai dan 3058 gerai milik pribadi dan 1897 gerai milik masyarakat (Indomaret).

Visi Indomaret adalah menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global. Dalam bekerja menjunjung tinggi nilai kejujuran, kebenaran, keadilan, kerjasama tim, kemajuan melalui inovasi yang ekonomis, dan kepuasan pelanggan (Indomaret)

Pentingnya kesetiaan pelanggan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. Pemasar sangat diharapkan dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Usaha ini akan

mendatangkan sukses besar dalam jangka panjang. Pelanggan yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk melakukan *switching* (berpindah merek).

Menurut Kotler (2000), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Kualitas jasa yang baik diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memperoleh pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama sehingga menjadi pelanggan yang loyal pada perusahaan. Pelanggan yang puas dan memiliki rasa percaya yang tinggi pada perusahaan akan menjadi loyal yang ditunjukkan dengan penggunaan ulang produk atau jasa tersebut. Kepuasan konsumen merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas konsumen, dimana konsumen loyal adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

Fenomena yang ada di Indomaret seperti standar kualitas yang diberikan disetiap gerainya yang memiliki standar kualitas yang sama pada setiap produk dan pelayanannya. Serta standar waralaba Indomaret tidak ada diwaralaba lain seperti ucapan selamat datang terimakasih serta keberadaannya ditempat-tempat yang strategis. Hal tersebut yang membuat saya tertarik untuk meneliti keberadaan indomaret sebagai penyedia kebutuhan masyarakat. Apakah perlu dilakukan promosi yang lebih interaktif untuk mendapatkan kesetiaan pelanggan.

Penelitian ini merupakan replikasi dan penyederhanaan dari penelitian sebelumnya yaitu Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Biaya *Switching* Dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kesetiaan Pelanggan (2008). Hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif kepuasan pelanggan, citra perusahaan, kepercayaan, *switching cost* dan kesetiaan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kesetiaan pelanggan, citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kesetiaan pelanggan, kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kesetiaan pelanggan, akan tetapi kepercayaan tidak signifikan mempengaruhi *switching cost*, *switching cost* tidak signifikan mempengaruhi kesetiaan pelanggan

Berdasarkan berbagai alasan yang telah disebutkan di atas, saya sangat tertarik untuk menganalisis kesetiaan pelanggan Indomaret sebagai amatan dalam penyusunan skripsi ini, karena Indomaret adalah salah satu retailer yang memomorsatkan kualitas untuk menciptakan kesetiaan pelanggan. Selain itu karena beberapa alasan yaitu, dalam mempertahankan pelanggannya perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan pelanggannya, karena terciptanya kepuasan pelanggan dapat menguntungkan sekali bagi perusahaan yaitu dapat terjadinya pembelian ulang. Adanya pembelian yang berulang ini sangat menguntungkan sekali bagi perusahaan karena perusahaan dapat menghemat biaya promosi dan akan muncul pelanggan baru karena adanya *word of mouth* dari konsumen ke konsumen. Berdasar uraian di atas, maka

menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul: **”ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KESETIAAN PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN INDOMARET DIY”**

## **B. BATASAN PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap kesetiaan pelanggan. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap pelanggan Indomaret di Daerah Istimewa Yogyakarta

## **C. RUMUSAN MASALAH**

Rumusan masalah yang akan diuraikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra perusahaan?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan?
6. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan?

#### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut.

1. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kesetiaan pelanggan.
2. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
3. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan.
4. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan.
5. Menganalisa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan.
6. Menganalisa pengaruh citra perusahaan terhadap kesetiaan pelanggan.
7. Menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap kesetiaan pelanggan

#### **E. MANFAAT PENELITIAN**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak berikut.

1. Bagi perusahaan yang beroperasi di bidang waralaba semoga dapat menjadi bahan pertimbangan apakah perlu untuk mendapatkan kesetiaan pelanggan dilihat dari jenis produk yang dijual.
2. Dari sudut pengembangan ilmu, sebagai sumber informasi yang dapat memperkaya dunia pustaka, terutama yang berkaitan dengan bidang ilmu pemasaran.