

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi saat ini keadaan perekonomian telah mengalami perubahan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan bermunculan perusahaan-perusahaan di berbagai negara. Keadaan tersebut tentunya membuat perusahaan-perusahaan yang ada dituntut untuk dapat bersaing secara global pula. Para pesaing perusahaan tidak hanya berasal dari dalam negeri tetapi juga dari luar negeri. Dengan keadaan tersebut persaingan antar perusahaan akan semakin kompetitif, sehingga perusahaan harus membuat suatu strategi bisnis agar perusahaan dapat tetap eksis dan mencapai tujuannya. Selain itu, perusahaan juga berusaha untuk tetap mempertahankan pelanggan dan melakukan ekspansi untuk memperluas pangsa pasarnya agar konsumennya meningkat.

Seiring dengan adanya perkembangan teknologi dan meningkatnya tuntutan konsumen terhadap kualitas pelayanan maka sudah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk selalu mengikuti dan mengaudit baik teknologi maupun sistem informasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang betul-betul diharapkan oleh konsumen, sehingga perusahaan dapat unggul dalam persaingan yang semakin kompleks ini.

Harapan konsumen yang selalu berubah, baik perubahan yang terjadi pada lingkungan, teknologi, komunikasi, maupun pengalaman yang dimiliki, maka kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian pelayanan pada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh konsumen. Pada akhirnya diharapkan konsumen akan merasa terpuaskan dan melakukan pembelian ulang.

Pada saat ini banyak sekali bermunculan pasar swalayan, di mana setiap swalayan berusaha agar dapat memberikan pelayanan terbaik untuk memberikan kepuasan bagi konsumen pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Hal tersebut tentunya akan menimbulkan persaingan yang cukup ketat antar pasar swalayan, sehingga mendorong masing-masing pasar swalayan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Selain itu swalayan pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang tumbuh dengan sangat pesat, hal ini sebagai akibat dari tuntutan kompleksitas teknologi.

Penelitian ini merupakan Replikasi dari penelitian Erma dan Sri (2006). Kesamaan penelitian ini dengan mereka adalah variabel dan alat analisis yang digunakan. Variabel yang digunakan yaitu intensi pembelian konsumen sebagai *Variable Dependen* sedangkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sebagai *Variable Independen*. Perbedaan penelitian yang saya lakukan dengan penelitian mereka adalah terletak pada objek yang digunakan dalam penelitian

Harapan konsumen yang selalu berubah, baik perubahan yang terjadi pada lingkungan, teknologi, komunikasi, maupun pengalaman yang dimiliki, maka kepuasan konsumen akan terpengaruh apabila proses penyediaan layanan pada konsumen sesuai dengan apa yang dipersiapkan oleh konsumen. Pada akhirnya diharapkan konsumen akan merasa terpuaskan dan melakukan pembelian ulang.

Pada saat ini banyak sekali bermunculan pasar swalayan di mana setiap swalayan berusaha agar dapat memberikan pelayanan terbaik untuk memberikan kepuasan bagi konsumen pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Hal tersebut tentunya akan menimbulkan persaingan yang cukup ketat antar pasar swalayan, sehingga mendorong masing-masing pasar swalayan untuk meningkatkan kualitas belayannya. Selain itu swalayan pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang tumbuh dengan sangat pesat. Hal ini sebagai akibat dari tuntutan kompleksitas teknologi.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Irena dan Sri (2006). Kesamaan penelitian ini dengan mereka adalah variabel dan alat analisis yang digunakan. Variabel yang digunakan yaitu intensi pembelian konsumen sebagai variabel Dependent sedangkan kualitas belayannya dan kepuasan konsumen sebagai variabel Independent. Perbedaan penelitian yang saya lakukan dengan penelitian mereka adalah terdapat variabel yang diteliti dalam penelitian

mereka mengambil obyek Goro Assalam dan Alfa Pabelan Sukoharjo. Sedangkan dalam penelitian ini mengambil obyeknya adalah Maga Swalayan Yogyakarta.

Swalayan Maga merupakan sebuah toko yang menyediakan barang-barang kelontong, yang jenis produknya sangat komplek. Pada saat ini Maga Swalayan telah mempunyai karyawan sekitar 60 orang lebih. Produk yang dijual bersifat *fast moving* dan *slow moving*.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi Maga Swalayan karena mungkin berpengaruh pada hubungan antara kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan membentuk pembelian ulang bagi konsumen secara intens. Untuk mewujudkan serta mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan empat hal : (Fandy, 1997)

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya
2. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas
3. Memahami strategi kualitas layanan pelanggan
4. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan

Dari hal-hal yang telah dipaparkan di atas maka peneliti bermaksud akan mengadakan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Intensi Pembelian Konsumen”

mereka mengambil objek Goro Assalam dan Alfa Pabelan Sukoharjo. Sedangkan

dalam penelitian ini mengambil objeknya adalah Marga Swalayan Yogyakarta.

Swalayan Marga merupakan sebuah toko yang menyediakan barang-barang kelontong, yang jenis produknya sangat kompleks. Pada saat ini Marga Swalayan telah mempunyai karyawan sekitar 60 orang lebih. Produk yang dijual tersedia dari morning dan evening.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi Marga Swalayan karena untuk berpengaruh pada hubungan antara kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan membentuk pembelian ulang bagi konsumen secara terus-menerus. Untuk mewujudkan serta mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan

empal ini : (Landy, 1997)

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya
2. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas
3. Menjalani strategi kualitas layanan pelanggan
4. Memahami siklus penjualan dan umpan balik dari kepuasan pelanggan

Dari hasil yang telah dipaparkan di atas maka peneliti bermaksud akan mengadakan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan

Pelanggan Dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen".

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, terhadap intensi pembelian konsumen?
2. Apakah interaksi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan lebih menjelaskan intensi pembelian dari masing-masing variabel?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan terhadap intensi pembelian konsumen.
2. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh interaksi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap intensi pembelian konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat terutama bagi manajer pemasaran, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa terhadap pengulangan pembelian konsumen. Sehingga perusahaan dapat memperbaiki kualitas pelayanan dengan berbagai strategi.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para akademisi untuk mengembangkan ilmu yang didapatkannya dibidang lain yang berkaitan

dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan intensi pembelian konsumen dalam pengujian hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam pembentukan intensi pembelian konsumen.

3. Bagi Publik

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat publik terutama pada ~~swalehas dalam meningkatkan kualitas pelayanan~~