

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 dirasakan sebagai kondisi yang sulit bagi para pelaku bisnis. Oleh karena itu, berdampak pada merosotnya nilai tukar rupiah dan iklim ekonomi yang tidak menentu. Para investor asing yang ingin menanamkan modalnya di Indonesia pun menjadi takut, bahkan ada yang melarikan modalnya ke luar negeri. Untuk menghadapi era pasar bebas maka perlu dipersiapkan pasar modern yang mampu bersaing dengan pasar asing. Adanya perkembangan teknologi dalam bidang ritel di Indonesia menyebabkan semakin berkembangnya pasar swalayan atau pasar supermarket. Saat ini pasar swalayan tidak hanya dapat ditemukan di daerah perkotaan tetapi sudah merambah di daerah pedesaan.

Pasar merupakan tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi jual beli. Kehidupan masyarakat di perkotaan maupun di pedesaan semakin meningkat sehingga menimbulkan berbagai alternatif kegiatan ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya daya beli, berkembangnya kemampuan memproduksi barang dan jasa, serta meningkatnya permintaan akan barang dan jasa, baik dari segi jumlah maupun kualitas seperti waktu pelayanan yang sesingkat mungkin dan preferensi lainnya.

Konsumen diberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara mudah dan efisien dikarenakan adanya pasar swalayan. Semakin banyak pasar swalayan yang didirikan maka semakin ketat persaingan bisnis antar pasar swalayan yang ada. Sehingga menjadi beban pemasaran yang berat,

dari sikap individual terhadap produk atau jasa. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik bukan hanya dilihat dari persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Akibat dari semakin berkembangnya bisnis pasar swalayan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada salah satu pasar swalayan di Yogyakarta yaitu Mediko Swalayan. Pasar swalayan ini tersebar di 6 daerah di Yogyakarta. Pentingnya peranan konsumen dalam kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam pembentukan intensi pembelian, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Intensi Pembelian Konsumen Mediko Swalayan di Yogyakarta"**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap intensi pembelian konsumen?
2. Apakah kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap intensi pembelian konsumen?
3. Apakah interaksi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan variabel dominan yang mempengaruhi intensi pembelian konsumen?

karena tugas dari pemasaran merupakan tugas paling penting dalam perusahaan. Tentunya persaingan yang terjadi adalah persaingan positif yang mendorong kemajuan bagi perusahaan.

Konsumen dalam melakukan proses pembelian selalu menginginkan harga yang relatif murah, penyerahan barang yang cepat dengan pelayanan yang baik, sehingga kepuasan pelanggan akan tercapai. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mencapai kepuasan pelanggan adalah melalui peningkatan kualitas pelayanan. Bisnis apapun yang didirikan, kualitas pelayanan menjadi keharusan. Tanpa adanya kualitas pelayanan yang baik maka konsumen enggan melirik pasar. Mereka beranggapan bahwa kualitas pelayanan memberikan daya tarik untuk melakukan transaksi pembelian.

Kualitas pelayanan yang baik mendorong tercapainya kepuasan pelanggan, sehingga tercapainya kepuasan pelanggan akan menimbulkan pembelian berulang-ulang bagi konsumen. Tingkat kepuasan akan berubah dari masa ke masa, tetapi selama masih dapat memuaskan konsumen maka mereka akan tetap datang untuk membeli produk yang ditawarkan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak dapat dipisahkan karena untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka harus meningkatkan kualitas pelayanan. Adanya hubungan yang baik antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka akan menimbulkan konsumen baru. Mereka tertarik dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang diberikan.

Tercapainya kepuasan pelanggan yang baik maka akan mempengaruhi intensi pembelian konsumen, sehingga akan membentuk loyalitas konsumen untuk melakukan transaksi pembelian barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Oleh sebab itu, intensi pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Intensi pembelian konsumen merupakan fungsi

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap intensi pembelian konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap intensi pembelian konsumen.
3. Untuk menganalisis apakah interaksi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan variabel dominan yang mempengaruhi intensi pembelian daripada masing-masing variabel.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, yaitu:

1. Dalam bidang praktik

Diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi dan pengetahuan mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam pembentukan intensi pembelian konsumen.

2. Dalam bidang teori

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi tambahan atau digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentunya ilmu manajemen terhadap teori yang sedang dikaji oleh peneliti dan sebagai acuan dalam menetapkan bisnis online yang sesuai dengan kebutuhan konsumen