

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan kehidupan masyarakat baik di perkotaan maupun pedesaan berdampak pada meningkatnya permintaan akan barang-barang konsumsi. Hal ini menjadikan bisnis ritel atau eceran di tengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Salah satu bagian dari bisnis eceran (retail) yang saat ini mengalami perkembangan yang pesat adalah pasar swalayan.

Kotler (2000) mendefinisikan pasar swalayan adalah operasi yang relatif besar, berbiaya rendah, bervolume tinggi. Pasar swalayan dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen seperti makanan, pencucian dan produk perawatan rumah. Pasar swalayan memperbolehkan laba operasi hanya sekitar 1 persen dari penjualan dan 10 persen dari nilai kekayaan bersihnya.

Pertumbuhan pasar swalayan ritel yang sangat pesat menuntut pengelola bisnis ini untuk mengelola usahanya secara profesional agar mampu bersaing dalam melayani konsumen. Salah satu strategi agar perusahaan mampu memenangkan persaingan adalah dengan menyajikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggan.

Menyajikan suatu pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggan pada prinsipnya merupakan kajian menyangkut pelayanan yang berkualitas.

Salah satu tolok ukur kualitas pelayanan adalah tercapainya rasa puas atas

pelayanan tersebut, artinya bahwa pengguna menilai baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyaji layanan (Guntur, 2005). Kualitas pelayanan sangat berkaitan dengan kemampuan dari penyedia jasa dalam mengelola sumberdaya yang ada di dalam organisasi untuk memenuhi keinginan dari pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan berarti keinginan pelanggan semakin banyak yang terpenuhi sehingga intensi pembelian juga akan meningkat.

Perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan menunjukkan bahwa perusahaan mampu memahami kebutuhan dan keinginan dari pelanggan. Menurut Kotler (2000), kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang mengenai kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan pengharapannya. Semakin tinggi kepuasan pelanggan berarti kinerja yang dirasakan pelanggan semakin mendekati pengharapannya sehingga intensi pembelian akan semakin tinggi.

Semakin tinggi kemampuan penyedia jasa dalam mengelola sumberdaya yang ada di organisasi didukung dengan kemampuan perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan dari pelanggan akan meningkatkan intensi pembelian. Semakin lemah nilai variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka semakin rendah pula pembentukan intensi pembelian. Oleh karena itu interaksi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan juga akan berpengaruh terhadap intensi pembelian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Swalayan Indomaret dan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian konsumen Swalayan Indomaret di Sonosewu Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian konsumen Swalayan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian konsumen Swalayan Indomaret di Sonosewu Yogyakarta?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian konsumen Swalayan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian konsumen dimoderasi dengan Kepuasan Pelanggan Swalayan Indomaret di Sonosewu Yogyakarta?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian konsumen dimoderasi dengan Kepuasan Pelanggan Swalayan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini meliputi:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap intensi pembelian konsumen Swalayan Indomaret di Sonosewu Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap intensi pembelian konsumen Swalayan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap intensi pembelian konsumen Swalayan Indomaret di Sonosewu Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap intensi pembelian konsumen Swalayan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap intensi pembelian konsumen dimoderasi dengan Kepuasan Pelanggan Swalayan Indomaret di Sonosewu Yogyakarta.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap intensi pembelian konsumen dimoderasi dengan Kepuasan Pelanggan Swalayan Alfamart di Sonosewu Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Dapat dijadikan sebagai sarana menerapkan teori yang didapat dalam praktek yang sebenarnya, serta dapat menambah referensi peneliti di

2. Manfaat Praktis

Dapat dijadikan masukan untuk dapat meningkatkan intensi pembelian konsumen berkaitan dengan faktor-faktor kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dijadikan variabel penelitian