

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Konsumen sering mengalami layanan pelanggan yang buruk, terutama saat membeli barang eceran dari rantai bisnis. Akibatnya, kepercayaan konsumen rusak. Ritel adalah istilah untuk setiap operasi termasuk penjualan produk atau layanan kepada pengguna akhir untuk konsumsi domestik dan non-komersial (Utami, 2010). Banyak orang secara keliru percaya bahwa perusahaan ritel hanya menjual barang, tetapi ini tidak benar.

Dilihat dari perkembangan sekarang bisnis dalam sektor ritel mempunyai peluang yang cukup besar untuk berkembang ditahun-tahun berikutnya. Perusahaan juga harus berusaha keras untuk bersaing dalam penjualan ritel karena banyaknya pesaing dan perusahaan ritel harus belajar dan memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Perusahaan juga harus memperhatikan tujuan utama perusahaan yaitu kepuasan konsumennya. Dimana pelayanan merupakan komponen yang sangat menentukan untuk mencapai keinginan konsumen (Muslichati & Wartini, 2015). Standar kualitas dan layanan pelanggan terbaik dapat terus dicapai melalui peningkatan layanan dan memperhatikan standar kinerja layanan, termasuk standar layanan internal dan eksternal.

Menurut Murwatingsih dan Apriliani (2013), minat konsumen untuk membeli barang suatu merek akan meningkat seiring dengan meningkatnya kepercayaan konsumen. Konsumen biasanya melakukan evaluasi pasca pembelian setelah menyelesaikan pembelian, yang melibatkan dua hal: kepuasan atau ketidakbahagiaan dengan produk atau jasa yang dibeli, sehingga bisnis dapat menilai kepuasan konsumen. Ketidakpuasan konsumen terhadap barang atau jasa dapat menyebabkan pelanggan mengubah merek atau menahan diri untuk tidak melakukan pembelian lebih lanjut. Di sisi lain, pelanggan yang senang dengan barang atau jasa yang mereka terima lebih mungkin untuk melakukan pembelian lagi. Repurchase intention didefinisikan sebagai pernyataan yang berkaitan dengan pikiran yang mencerminkan rencana pembeli untuk membeli suatu merek atau perusahaan tertentu dalam jangka waktu tertentu (Kumar, A., 2016).

perilaku pembelian kembali konsumen dan kapasitas ritel untuk bertahan dalam menghadapi persaingan keduanya dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu bisnis (Yulianti, 2014). Minat pembelian kembali dari konsumen sangat penting untuk perilaku pembelian berulang di outlet yang sama. Niat pembelian kembali biasanya dikembangkan sebagai hasil dari persepsi baik konsumen terhadap produk atau layanan yang mereka beli, yang mengarah pada pembelian berulang karena kepuasan.

Pernyataan mental atau lisan yang mengungkapkan keyakinan keahlian dan pendapat unik seseorang tentang konsep atau objek tertentu (Utomo et al., 2011).

Penanganan kegagalan layanan perlu menjadi perhatian bagi pelaku bisnis karena gaya hidup konsumen modern cenderung lebih memperhatikan detail layanan dan ketika terjadi kegagalan layanan, konsumen umumnya menjadi lebih partisipatif, baik dalam bentuk tindakan seperti konfirmasi atau lebih ekstrim lagi, berhenti melakukan pembelian dan melakukan word of mouth kepada orang-orang terdekatnya, yang jelas akan merugikan perusahaan (Kumar, A., 2016).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Wingsati & Prihandono (2017) Subjek penelitian sebelumnya diubah oleh penelitian ini. Pada penelitian sebelumnya digunakan objek Hypermart Paragon Semarang, dan konsumen yang pernah melakukan pembelian disana dijadikan sebagai subjek. Namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan objek Transmart Ambarukmo Plaza Jogja, dan subjeknya adalah konsumen yang pernah mengunjungi toko tersebut.

Penelitian ini dipilih dengan judul Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Transmart Ambarukmo Plaza Jogja) berdasarkan uraian di atas dan referensi penelitian sebelumnya dari (Wingsati & Prihandono, 2017). Adapun alasan penelitian mengambil judul tersebut karena masih ada penanganan kegagalan layanan, kepercayaan, serta gaya hidup dan untuk memecahkan permasalahan saat ini seperti pada penelitian (Wingsati & Prihandono, 2017).

Oleh karena itu, penelitian ini sangat menarik untuk dilakukan guna mendapatkan informasi mengenai kegagalan layanan, kepercayaan, dan gaya hidup terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dalam penelitian yang dilakukan penulis mempunyai beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah penanganan kegagalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Transmart Ambarukmo Plaza Jogja?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Transmart Ambarukmo Plaza Jogja?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Transmart Ambarukmo Plaza Jogja?
4. Apakah penanganan kegagalan berpengaruh terhadap minat beli ulang Transmart Ambarukmo Plaza Jogja?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli ulang Transmart Ambarukmo Plaza Jogja?
6. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat pembelian ulang Transmart Ambarukmo Plaza Jogja?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang Transmart Ambarukmo Plaza Jogja?
8. Apakah penanganan kegagalan layanan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen Transmart Ambarukmo Plaza Jogja?
9. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang melalui

kepuasan konsumen Transmart Ambarukmo Plaza Jogja?

10. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen Transmart Ambarukmo Plaza Jogja?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan bagaimana masalah itu dibingkai di atas:

1. Menganalisis dan menjelaskan penanganan kegagalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Transmart Ambarukmo Plaza Jogja
2. Menganalisis dan menjelaskan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Transmart Ambarukmo Plaza Jogja
3. Menganalisis dan menjelaskan gaya hidup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Transmart Ambarukmo Plaza Jogja
4. Menganalisis dan menjelaskan penanganan kegagalan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang Transmart Ambarukmo Plaza Jogja
5. Menganalisis dan menjelaskan kepercayaan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang Transmart Ambarukmo Plaza Jogja
6. Menganalisis dan menjelaskan gaya hidup berpengaruh terhadap minat pembelian ulang Transmart Ambarukmo Plaza Jogja
7. Menganalisis dan menjelaskan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang Transmart Ambarukmo Plaza Jogja
8. Menganalisis dan menjelaskan penanganan kegagalan layanan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen Transmart Ambarukmo Plaza Jogja
9. Menganalisis dan menjelaskan kepercayaan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen Transmart Ambarukmo Plaza

Jogja

10. Menganalisis dan menjelaskan gaya hidup berpengaruh terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen Transmart Ambarukmo Plaza
Jogja

D. Manfaat Penelitian

Melalui Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara:

1. Teoritis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi atau untuk memajukan pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya terkait dengan penanganan kegagalan layanan, kepuasan konsumen, kepercayaan, dan gaya hidup.

2. Praktis

Peneliti masa depan yang berencana melakukan penelitian serupa diharapkan dapat memanfaatkan temuan penelitian sebagai panduan. Selain itu, diharapkan dapat mendukung pihak lain dalam menyediakan data dari studi terkait. Selain mendidik semua orang tentang cara menangani masalah layanan, gaya hidup, dan kepuasan pelanggan.