

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan ekonomi global mengakibatkan perubahan yang cepat pada lingkungan bisnis. Salah satu usaha yang merasakan dampak perkembangan ekonomi global adalah bisnis retail. Bisnis retail meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis (Kotler, 2000). Hal ini berarti bisnis ritel merupakan bagian dari saluran distribusi yang berperan sebagai penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen.

Tuntutan masyarakat yang menginginkan adanya peningkatan dalam hal pelayanan, produk yang memadai, fasilitas yang menunjang dan lain sebagainya memunculkan fenomena baru dalam bisnis retail, yaitu pasar modern yang disebut pasar swalayan. Pengertian pasar swalayan menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 23/MPR/Kep/1998 adalah pasar yang kegiatan usahanya menjual barang kebutuhan sehari-hari secara langsung kepada konsumen dengan teknik pelayanan oleh konsumen itu sendiri (Setiawati & Murwanti, 2006).

Berdirinya banyak pasar swalayan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Markaz Swalayan Yogyakarta sebagai salah satu pelaku bisnis swalayan di Yogyakarta dituntut

untuk memiliki keunggulan kompetitif untuk dapat memenangkan persaingan. Salah satu cara yang dapat dilakukan Markaz Swalayan Yogyakarta untuk meningkatkan keunggulan kompetitif adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan tercapai.

Kualitas pelayanan ialah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh (Parasuraman *et. al.*, 1988). 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 Markaz Swalayan Yogyakarta berarti keinginan pelanggan semakin banyak yang terpenuhi sehingga akan menimbulkan niat pembelian ulang.

Faktor lain yang perlu diperhatikan oleh Markaz Swalayan Yogyakarta untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. 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. Tercapainya kepuasan pelanggan pada Markaz Swalayan Yogyakarta akan mempengaruhi niat pembelian ulang.

Upaya untuk menciptakan pelanggan yang puas tidaklah sederhana. Terdapat banyak faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kualitas pelayanan. Oleh karena itu variabel interaksi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan juga akan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang pada Markaz Swalayan Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada MARKAZ Swalayan Yogyakarta dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang pada MARKAZ Swalayan.
2. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang pada MARKAZ Swalayan dimoderasi oleh kepuasan pelanggan.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap niat pembelian ulang pada MARKAZ Swalayan.

2. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap niat pembelian ulang pada MARKAZ Swalayan dimoderasi oleh kepuasan pelanggan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat:

1. Bidang teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat dalam belajar memecahkan masalah secara ilmiah dan sistematis berdasarkan teori yang telah peneliti dapatkan selama kuliah.

2. Bidang praktik

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauhmana pentingnya kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam upaya menciptakan niat pembelian.