

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Maraknya perkembangan pasar modern di Indonesia seperti minimarket, supermarket, dan hipermarket akhir-akhir ini telah menggeser peran pasar tradisional. Sebagian masyarakat kini telah memenuhi kebutuhan rumah tangganya dari pasar modern, terutama masyarakat perkotaan bahkan masyarakat pinggiran kota.

Semakin tingginya kebutuhan masyarakat terutama di perkotaan menyebabkan terjadinya berbagai perubahan-perubahan pada perilaku masyarakat. Salah satu perubahan tersebut adalah pada pola pembelian. Saat ini konsumen tak hanya berperan sebagai pembeli tetapi konsumen telah mampu untuk memilih dan menilai yang mereka butuhkan. Hal inilah yang menyebabkan makin berkembangnya usaha pasar modern yang salah satunya adalah usaha swalayan.

Berbagai macam cara dilakukan untuk mempertahankan bahkan untuk dapat meningkatkan jumlah konsumen. Bagi unit usaha yang tidak mampu mengikuti adanya perubahan-perubahan yang terjadi, dengan sendirinya akan tersisih dari arena persaingan. Syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan

Untuk bertahan dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk

menciptakan dan mempertahankan pelanggan, salah satunya dengan cara menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Jika produk, harga, pelayanan dan lokasi yang dihasilkan dapat memberikan kepuasan pada konsumen, berarti perusahaan tersebut memperoleh peluang untuk meraih pangsa pasar pada suatu segmen atau periode tertentu, dan dipastikan akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis perusahaan tersebut di masa yang akan datang dan pada akhirnya kepuasan konsumen akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan .

Seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan *value* dari penyedia jasa atau barang. *Value* ini bisa berasal dari produk, harga, pelayanan, ataupun lokasi.

Yogyakarta dan daerah-daerah di sekitarnya saat ini dipenuhi dengan banyaknya toko swalayan, sehingga hampir di seluruh pelosok akan sangat mudah bagi konsumen untuk memperoleh kebutuhannya sehari-hari yang tersedia di pasar swalayan. Beberapa swalayan menerapkan sistem bersaing dengan tujuan untuk menjaring pangsa pasar yang seluas-luasnya. Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi para manajemen toko swalayan tersebut. Mereka harus bersaing ketat untuk menguasai pangsa pasar yang ada.

Sebagai salah satu swalayan yang berada di pinggiran kota Yogyakarta, swalayan MEGA BUMI dituntut untuk mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen. Tugas ini cukup berat dilaksanakan karena harus memahami hal-hal yang menjadi keinginan konsumen. Di samping itu mereka harus menghadapi persaingan dengan para pesaingnya yang ingin meraih

pelanggan dan menguasai pangsa pasar. Agar dapat memuaskan konsumen yang berbelanja di swalayannya, pihak swalayan MEGA BUMI diharapkan mampu mengetahui dan mempelajari berbagai faktor yang dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang akan dituangkan ke dalam bentuk laporan yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DI SWALAYAN MEGA BUMI YOGYAKARTA”**.

B. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, penulis membatasi permasalahan penelitian. Hal ini dimaksudkan agar penelitian menjadi lebih terarah. Adapun yang menjadi batasan masalahnya adalah:

1. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang berbelanja atau yang pernah berbelanja di swalayan MEGA BUMI.
2. Faktor-faktor yang menjadi perhatian penulis adalah produk, harga, pelayanan, dan lokasi.

C. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh secara serempak faktor-faktor yang terdiri dari produk, harga, pelayanan, lokasi terhadap kepuasan konsumen?

2. Bagaimanakah pengaruh secara parsial faktor-faktor yang terdiri dari produk, harga, pelayanan, lokasi terhadap kepuasan konsumen?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh secara serempak faktor-faktor (produk, harga, pelayanan, lokasi) terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh secara parsial faktor-faktor (produk, harga, pelayanan, lokasi) terhadap kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Untuk mengetahui dan mengembangkan serta memperdalam ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran baik secara teori maupun praktik.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengetahui kepuasan konsumen yang berbelanja di swalayan Mega Bumi dan atribut-atribut yang mendukung usaha ini sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih baik lagi pada masa yang akan datang dalam mengambil keputusannya

3. Bagi Pihak Lain

Dapat digunakan sebagai bahan literatur dan referensi untuk penelitian