

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Alfamart merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Alfamart dikelola oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Toko pertamanya dibuka di jalan Beringin Raya, Karawaci-Tangerang, pada tahun 1999. Gerai Alfamart tersebar di kota-kota besar seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, Bali, Palembang, Makassar, dan kota-kota lainnya. Alfamart pada kelurahan karang satria kecamatan tambun utara merupakan bagian dari kota Bekasi yang banyak diminati oleh para ritel modern. Bekasi menjadi daerah yang berpotensi bagi berkembangnya dunia usaha. Jenis usaha yang kian berkembang antara lain pertokoan, rumah makan serta ritel modern seperti Alfamart. Kondisi saat ini hingga dimasa mendatang Alfamart pada kelurahan karang satria kecamatan tambun utara (Alfamart Bumi Anggrek, Alfamart Karang Satria, dan Alfamart Villa Mutiara Gading 2) akan terus mengupayakan peningkatan beli masyarakat.

Dalam era perdagangan bebas atau globalisasi saat ini, terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen, membuat perusahaan harus memahami dan memenuhi baik perilaku maupun kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sangat diperhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak pada kinerja penjualan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sachro dan Sri Rahayu (2013) yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memberikan dampak positif yang signifikan pada loyalitas konsumen. Ini berarti bahwa ketika konsumen merasa puas maka dipastikan mereka juga akan memiliki loyalitas terhadap perusahaan. Dengan mempertahankan kualitas pelayanan yang konsisten maka konsumen pasti akan merasa puas dan diikuti oleh kesetiaan konsumen untuk selalu menggunakan jasa perusahaan.

Kualitas pelayanan sebagai bagian dari strategi pemasaran jasa yang memiliki peranan besar bagi keberhasilan perusahaan. Adanya kualitas pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Faktor kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting lainnya dalam menciptakan rasa puas dalam diri pelanggan. Rasa puas pada diri pelanggan merupakan tujuan dari perusahaan khususnya yang bergerak dalam bidang jasa. Setelah konsumen merasa puas dengan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar - benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Menurut Kertajaya dalam Elrado (2014: 2) “konsumen yang puas akan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap suatu produk dibandingkan dengan konsumen yang tidak puas”. “Semakin lama loyalitas seorang konsumen, maka semakin besar laba yang diperoleh perusahaan”.

Selain kualitas pelayanan tingkat kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa dapat diukur atau dilihat pada tingkat kepentingannya berdasarkan atribut-atribut kunci yang sudah diidentifikasi konsumen. Keputusan mengenai atribut ini mempengaruhi reaksi konsumen terhadap suatu sehingga konsumen akan merasa puas jika atribut-atribut kunci atau khusus pada suatu produk yang dinilai sesuai dengan keinginan dan harapan dari konsumen.

Minimarket sebagai salah satu format gerai modern yang memiliki segmen pasar yang berbeda dengan gerai modern lain dimanfaatkan tidak hanya oleh para pengelola perseorangan. Konsep minimarket dimanfaatkan oleh perusahaan ritel besar sebagai strategi pengembangan bisnisnya.

Manajemen perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, serta diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan kepuasan konsumen sehingga akan dapat tercipta loyalitas konsumen yang mana merupakan salah satu tujuan dari suatu perusahaan. Salah satu pemasaran yang dapat dilakukan oleh para pelaku bisnis yaitu dengan *experiential marketing*.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (Tjiptono, 2011).

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Keramahtamahan dan Sistem Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Alfamart Pada Kelurahan Karang Satria Kecamatan Tambun Utara Bekasi)”.

1.2 Rumusan Permasalahan

Rumusan Masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah keramahtamahan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Alfamart?
2. Apakah sistem pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Alfamart?
3. Apakah keramahtamahan dan sistem pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Alfamart?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh keramahtamahan terhadap kepuasan konsumen di Alfamart.
2. Untuk menganalisis pengaruh sistem pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Alfamart.
3. Untuk menganalisis pengaruh keramahtamahan dan sistem pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Alfamart.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penulisan ini diharapkan mempunyai manfaat, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

1. Memberikan kontribusi dalam pengembangan model-model kepuasan pelanggan khususnya penelitian pada bisnis minimarket.
2. Memberikan manfaat dan kontribusi berupa pengetahuan dan pemahaman pada ilmu manajemen tentang pengelolaan minimarket.

b. Manfaat Praktisi

1. Bagi pihak Alfamart

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak Alfamart untuk memberikan kontribusi pemikiran bagi manajemen Alfamart, untuk memperbaiki pengembangan ke depan, sehingga kepuasan konsumen meningkat.

2. Bagi konsumen

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber informasi untuk mengetahui sistem kualitas pelayanan yang diberikan untuk konsumen Alfamart.

3. Penelitian ini diharapkan memberikan wacana dan ilmu bagi praktik-praktik bisnis minimarket di Indonesia.

1.5 Batasan Masalah

1. Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan kepada konsumen yang berkunjung atau berbelanja di Alfamart pada Kelurahan Karang Satria Kecamatan Tambun Utara Bekasi.
2. Objek penelitian yaitu Alfamart, agar penelitian lebih terfokus, dan proses pengukuran responnya mudah.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara sistematis pembahasan penelitian dalam penulisan skripsi ini dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penyusunan skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini di bahas mengenai teori keramahaman, sistem pelayanan, dan kepuasan konsumen, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang profil organisasi, hasil analisis data, pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan dan implikasi manajerial.