

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada era saat ini pasca pandemi kita tahu beberapa tahun terakhir Indonesia di guncang pandemi covid-19 dan banyak sektor ekonomi yang terkena dampak mengalami penurunan. Terutama di dunia retail moderen seperti Indomaret penurunan penjualan. Pandemi berdampak besar bagi penjualan di Indomaret. Indomaret mengalami penurunan penjualan dan kurangnya pelanggan yang masuk ke toko. Di buktikan dengan adanya data penjualan 5 bulan terakhir yang terjadi naik turunnya penjualan serta berkurangnya jumlah pelanggan yang masuk ke toko. Masyarakat yang dulu dibatasi untuk keluar rumah dan memaksa pelanggan untuk belanja dari rumah untuk memenuhi kebutuhan namun saat ini pasca pandemi.

Kebiasaan pelanggan untuk membeli barang secara langsung tidak bisa di hilangkan pelanggan cenderung lebih puas ketika membeli suatu produk secara langsung. Pelanggan dapat melakukan kontak fisik langsung terhadap suatu barang, dan dapat berinteraksi dengan orang lain di suatu tempat belanja. Hal ini merupakan kebiasaan yang tidak bisa di hilangkan karena manusia yang merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri. Manusia selalu membutuhkan orang lain dalam setiap kegiatannya baik jual beli maupun aktivitas yang lain, dan mengharapkan kenyamanan di tempat berbelanja

Maka dari itu sebaiknya Indomaret melakukan inovasi penjualan lebih lanjut dan perlunya adaptasi di berbagai sektor baik kualitas pelayanan harga dan lokasi yang sesuai dengan harapan pelanggan. Perusahaan retail bisa terus meningkatkan kualitas pelayanan agar bisa mendatangkan *repeat order* dan kepuasan yang tinggi di hati pelanggan. Serta bagaimana IndomaretAdipala tidak terkena komplain dari pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan agar dapat lebih berkembang dan bertahan di hati pelanggan. Salah satu ciri perusahaan yang maju yaitu mampu memiliki kualitas pelayanan yang baik. Menurut (Tjiptono dalam Meithiana Indrasari, 2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai penilaian pelanggan terhadap keunggulan dan keistimewaan suatu produk barang ataupun layanan secara menyeluruh. Kualitas Pelayanan menurut (Rambat Lupiyoadi dalam Meithiana Indrasari, 2019:62) *service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima *service quality* dapat diketahui dengan. Cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Pelanggan yang datang ke toko tentu memiliki tujuan membeli barang. Untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan, pelanggan perlu interaksi dengan karyawan toko sebagai wujud pelayanan yang menimbulkan kenyamanan dalam berbelanja. Pelanggan menginginkan kualitas pelayanan yang bagus dari perusahaan khususnya Indomaret. Pelayanan yang baik akan mengundang pelanggan untuk berbelanja. Maka dari itu Indomaret berusaha meningkatkan pelayanan yang baik. Beberapa bentuk pelayanan yang telah diterapkan di IndomaretAdipala seperti sapaan awal transaksi, sikap ramah setiap pelanggan dan kemudahan dalam transaksi seperti pesan antar. Selain itu kebersihan area sales yang merupakan kunci kenyamanan bagi pelanggan yang datang. Perusahaan juga meningkatkan kualitas pelayanan secara *konsisten* sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan sesuai juga masukan pelanggan yang sering berbelanja di Indomaret.

Kualitas pelayanan memiliki arti yang penting bagi perusahaan dan pelanggan sendiri untuk dapat membantu mempermudah dalam melakukan pembelian. Keuntungan lain adanya pelayanan bagi perusahaan yaitu sangat mampu untuk mempengaruhi suatu pelanggan dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk sehingga mampu meningkatkan penjualan. Terutama bisnis retail yang tiap hari berhubungan langsung dengan pelanggan hal ini menjadi perhatian lebih agar bisa bertahan di kondisi saat ini dengan persaingan yang ketat antar pelaku bisnis.

Berhasil dan tidak nya suatu bisnis ritel yaitu dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang dihubungkan dengan penilaian kualitas

pelayanan. Kita dapat mencapai tanda-tanda kepuasan pelanggan melalui perilaku pembelian secara berulang-ulang dari pelanggan. Bisnis retail haruslah erat dengan pelanggan yang merupakan bisnis yang menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari yang dibutuhkan pelanggan. Pentingnya terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyaltas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan (Tjiptono, 2014)

Selain kualitas pelayanan ada juga harga yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan untuk berbelanja di toko retail. Harga yang terjangkau sesuai daya beli masyarakat maka akan mudah di terima oleh masyarakat. Maka dari itu perlu ada nya strategi penetapan harga yang tepat untuk suatu produk. Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi proses pembelian. Maka dari itu Indomaret berusaha memperhitungkan penetapan harga yang sesuai dengan produk yang di jual agar mampu di terima oleh pelanggan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penetapan harga baik dari faktor internal maupun *external* perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2017) “Ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga, yakni faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal.” Faktor internal perusahaan

mencakup tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor lingkungan eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan unsur-unsur lingkungan lainnya seperti harga kompetitor.

Kegiatan pemasaran merupakan kegiatan menjual suatu barang atau jasa kepada pelanggan Indomaret. Khususnya di Indomaret Adipala belum adanya perhatian khusus mengenai faktor faktor yang mempengaruhi penjualan dan kepuasan pelanggan Indomaret. Maka dari itu perlu adanya perbaikan terhadap faktor faktor tersebut agar dapat menjadi lebih baik lagi. Dari segi pelayanan harga dan penjualan yang lebih baik lagi.

Serta ada beberapa kendala yang terkait tentang harga diantaranya harga yang belum sesuai antara komputer dengan yang di rak serta penempatan *price tag* yang salah mengakibatkan pelanggan merasa kecewa sehingga pindah ke kompetitor. Hal ini menjadi perhatian penting karena pelanggan yang kecewa akan mudah untuk berpindah ke toko lain. Apalagi mayoritas pelanggan adalah Ibu-ibu yang cepat merespon sesuatu sehingga terjadi *loss sales*. Dengan adanya beberapa kendala yang terjadi tersebut dan *urgent* dikarenakan persaingan di Adipala yang ketat. Karena adanya pesaing di antaranya alfamart, sonic chicken, roket chicken, dll.

Selain kualitas pelayanan dan harga, lokasi juga perlu di perhatikan yang mana lokasi yang baik bisa mendatangkan profit yang berkelanjutan bagi perusahaan. Toko Indomaret yang buka di lokasi yang strategis tim toko harus

bisa memanfaatkan peluang dengan baik dan melihat potensi masyarakat di sekitar toko yang berpeluang menjadi seles. Lokasi yang baik dapat menyediakan akses lokasi yang cepat dapat menarik pelanggan dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen (Paul 2011:125)

Lokasi dapat menunjukkan kegiatan yang dilakukan penjualan untuk menjadikan produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan pada tempat dimanapun pelanggan berada. Karena hal tersebut juga merupakan faktor untuk bisa mengkaji tentang kepuasan pelanggan (Riyanti, 2015). Pelanggan cenderung menginginkan tempat yang mudah di akses dan pelayanan yang ramah, pelanggan rela untuk belanja di suatu tempat yang lumayan jauh jika di tempat tersebut nyaman dan pelayanan yang baik. Lokasi Indomaret Adipala yang strategis dekat dengan jalan raya namun pada beberapa bulan terakhir indomaret adipala mengalami penurunan maka dari itu peneliti penasaran tentang pengaruh lokasi terhadap penjualan di indomaret.

Kepuasan adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau suatu produk dan jasa dengan harapannya. Banyak cara yang dilakukan suatu perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggannya, salah satunya dengan menetapkan harga yang sesuai dan memilih lokasi serta kualitas pelayanan (bob sabran 2016:128). Indomaret Adipala berusaha melakukan Pelayanan terbaik kepada Pelanggan yang datang. Pelanggan di katakan puas apabila melakukan pembelian ulang dan tidak komplain terhadap pelayanan yang di berikan

Maka dari itu peneliti menyadari bahwa ada masalah yang terjadi sehingga perlu melakukan penelitian lebih dalam. Tentang masalah apa yang menyebabkan penurunan penjualan di Indomaret Adipala dan seberapa puas pelanggan Indomaret terhadap kualitas pelayanan harga dan lokasi toko Indomaret Adipala. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap suatu barang dan faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk membeli suatu barang antara lain kualitas pelayanan, harga, dan lokasi. Penjualan di indomaret Adipala yang mengalami penurunan di 5 bulan terakhir yang mendasari peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang pengaruh kualitas pelayanan harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan

Berikut data penjualan Indomaret Adipala Bulan Januari sd Mei 2023:

Tabel 1. 1

Data penjualan Bulan Januari sd Mei 2023

NO	BULAN	NET SALES	SPD	STD	APC
1	JANUARI	Rp471.689.817	Rp15.214.187	381	Rp39.932
2	FEBRUARI	Rp397.903.549	Rp14.210.841	347	Rp40.953
3	MARET	Rp482.845.919	Rp15.575.674	369	Rp42.210
4	APRIL	Rp737.025.176	Rp24.567.505	489	Rp50.240
5	MEI	Rp427.177.425	Rp13.779.916	359	Rp38.384

Table 1 Data penjualan Bulan Januari sd Mei 2023

Dari data di atas kita tahu total penjualan sebulan pada bulan Januari mencapai Rp 471.689.817 mengalami penurunan pada bulan yang hanya Rp 397.903.549. Namun kembali mengalami kenaikan dalam bulan maret dan april

rata-rata penjualan perhari (spd) yang mengalami naik turun. Penjualan yang tidak menentu dan belum mencapai target serta kurangnya konsumen yang datang dan berbagai faktor lainnya membuat saya sadar akan pentingnya mengevaluasi kinerja serta pelayanan dan berusaha menggali lebih dalam apa yang pelanggan harapkan. Dan mempersiapkan untuk tim untuk lebih bisa melihat peluang ke depannya untuk memperbaiki sales.

Indomaret haruslah berupaya memperbaiki operasionalnya agar dapat memperoleh kepuasan pelanggan yang baik di tengah-tengah persaingan yang ketat ini dengan berbagai kompetitor dan perubahan perilaku konsumen di era pandemi yang belum sepenuhnya pulih. Indomaret harus mampu *bermanuver* dengan baik dengan tantangan yang ada. Maka dari itu perlu adanya pendalaman terkait masalah masalah yang ada mengenai kualitas pelayanan harga dan lokasi.

Maka dari itu berdasarkan uraian beberapa masalah yang ada di toko Indomaret maka penulis mencoba melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI INDOMARET ADIPALA”**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Adipala?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di IndomaretAdipala?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di IndomaretAdipala?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan apakah dapat meningkatkan penjualan di Indomaret Adipala.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pembeli apakah dapat meningkatkan penjualan di IndomaretAdipala.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pembeli di IndomaretAdipala.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Adipala.

D. RUANG LINGKUP PENELITIAN

Penelitian ini, mencakup tiga variable independen (X) yaitu kualitas pelayanan, harga, dan lokasi serta satu variable dependen (Y) yaitu

kepuasan pelanggan. Penelitian ini merupakan suatu penelitian yang menggunakan metode kuesioner atau angket. Berdasarkan jenis data yang di teliti, penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang di peroleh atau di kumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Objek yang di teliti dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke Indomaret Adipala dalam kurun waktu 1 bulan pada bulai mei 2023. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Adipala.

E. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Bagi Penulis

- a. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai pengaruh kualitas pelayanan harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan
- b. Menambah pengetahuan kepada penulis dalam meningkatkan penjualan dan pengambilan keputusan terhadap situasi yang terjadi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengidentifikasi variable – variable mana yang dapat diperbaiki dan meningkatkan penjualan di perusahaan sehingga mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang pemasaran dengan variabel yang sama

