

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pada era globalisasi seperti sekarang peningkatan kebutuhan pada konsumen sangat bermacam-macam dan adapun pengaruhnya yaitu dari pola hidup konsumen (Mansur, 2022). Peningkatan akan kebutuhan pola hidup modern ini dijadikan salah satu ukuran dalam persaingan bisnis. Salah satu bisnis yang sekarang ini paling menghadapi persaingan adalah pada bisnis ritel. Bisnis ritel merupakan salah satu bisnis yang populer dari dulu hingga sekarang. Sebagian masyarakat Indonesia pasti sudah mengenal dengan toko atau pasar modern seperti super atau mini market, *department store*, *hype mart* bahkan toko grosir yang berbentuk perkulakan. Bisnis ritel modern ini bisa ditemukan dimana saja hampir diseluruh provinsi di Indonesia.

Perkembangan konsumsi masyarakat Indonesia turut berkontribusi dalam peningkatan industri ritel. Indonesia merupakan negara yang perekonomiannya ditopang oleh konsumsi rumah tangga. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), terjadi peningkatan tren pengeluaran konsumsi rumah tangga pada makanan dan minuman, pakaian, serta perumahan dan peralatan rumah tangga selama periode triwulan 1 tahun 2017 sampai triwulan 4 tahun 2019.

Perkembangan dalam bisnis ritel mengalami peningkatan dalam hal teknologi yang mengakibatkan proses bisnis dilakukan secara digital. Dulunya aktivitas penjualan produk di toko ritel dilakukan secara tradisional berupa menulis nota secara manual, pembayaran tidak bisa menggunakan kartu dan

sebagainya. Hal ini cenderung berbeda dengan saat ini yang mengalami pergeseran budaya dan telah berubah dimana aktivitas penjualan dilakukan secara modern seperti contohnya menggunakan komputer untuk melakukan transaksi pembelian, mengisi stok barang kedalam komputer, dan sebagainya..

Loyalitas pelanggan sangat dibutuhkan di dalam berbisnis karena hal ini mampu membawa pemilik menjadi lebih baik secara *financial*. Ada banyak cara agar pelanggan menjadi setia diantaranya melalui promo yang menarik sehingga pelanggan merasa spesial ataupun melalui pelayanan yang membuat hati pelanggan tergerak untuk membeli suatu produk atau jasa. Kotler dan Keller (2016:138) mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Dalam jurnal Jiang & Zhang (2016), kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga mendorong loyalitas pelanggan dan pada akhirnya terjadinya peningkatan keuntungan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam mendapatkan pelanggan. Kualitas pelayanan dari penjual ke pelanggan bisa membuat orang-orang menjadi senang ataupun sebaliknya. Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2014:268), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing.

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya, pelanggan yang memiliki *mood* yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan sering kali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan. Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh (Affandi S, 2022) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan harga sebagai variabel intervening.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 324) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Harga yang diberikan sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Penentuan harga ini sesuatu yang krusial karena para pelaku bisnis harus mampu memberikan harga yang membuat konsumen melakukan pembelian sekaligus keuntungan.

Salah satu toko ritel yang berada di Jalan Erlangga No.69, Purworejo, Kec. Purworejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur yaitu Supermarket Idaku Super Grosir Kota Pasuruan. Supermarket Idaku ini merupakan bisnis ritel modern dengan menyediakan kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari untuk konsumen berupa bahan baku kue dan makanan. Alasan penelitian ini dilakukan pada Supermarket Idaku yaitu karena merupakan salah satu supermarket terbesar di kota ini. Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas pelanggan karena menurut peneliti ketiga variabel

ini penting dalam menjalankan bisnis. Bentuk pelayanan di Supermarket Idaku sendiri yaitu berupa pemberian tempat parkir, jenis transaksi berupa tunai ataupun penggunaan kartu, melayani jika ada yang bertanya, serta memberikan diskon ataupun promo yang menarik. Supermarket Idaku sendiri ditemukan beberapa masalah dalam kualitas pelayanan. Diantaranya yaitu karyawan yang mengabaikan konsumen yang membutuhkan bantuan, seperti tidak membantu mencari barang atau menjawab pertanyaan dengan singkat dan informarif serta karyawan yang kurang ramah kepada pelanggan menjadi faktor menurunnya loyalitas pelanggan. Di sisi lain, terdapat produk tanpa harga yang jelas, serta karyawan kasir yang lambat. Pelanggan juga kurang puas karena ketika mencari produk tetapi kehabisan stok barang. Para pembeli selain berbelanja di Supermarket Idaku juga berbelanja di tempat lain

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Supermarket Idaku Super Grosir Kota Pasuruan”

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Idaku Super Grosir Pasuruan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Idaku Super Grosir Pasuruan?

3. Apakah harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Idaku Super Grosir Pasuruan?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Idaku Super Grosir Pasuruan.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Idaku Super Grosir Pasuruan.
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Idaku Super Grosir Pasuruan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, diantara lain :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada penulis berkaitan dengan masalah yang diteliti dan membandingkan teori dengan praktek yang berada di perusahaan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi dan sebagai *feed back* yang bermanfaat dalam pelaksanaan rencana strategis kedepan.

### 3. Bagi Akademi

Penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan serta manfaat atau kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

