

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dunia industri ritel, pemerintah membuat kebijakan dalam industri retail dengan menekankan perusahaan atau pengusaha retail dituntut untuk dapat memberikan penyediaan barang, pelayanan dan jasa yang berkualitas tinggi. Teknologi dan ilmu pengetahuan dari waktu ke waktu semakin cepat. Hal ini berpengaruh ke berbagai sektor termasuk bisnis industry ritel. Kerasnya arus globalisasi dan berkembangnya pasar bebas menuntut perusahaan ritel untuk bekerja secara lebih efektif, efisien, inovatif dan kreatif dibandingkan kompetitornya. Kegiatan pemasaran memiliki peranan penting dalam setiap perusahaan maupun organisasi, bahkan organisasi *non-profit*. Pada era globalisasi perusahaan dituntut untuk mengoptimalkan kegiatan pemasarannya. Dalam hal ini berarti perusahaan harus bisa memahami pasar yang berkembang. Setiap perusahaan tentunya menginginkan agar strateginya berjalan dengan baik di mana dalam implementasi strategi dapat menguntungkan perusahaan.

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha ditengah-tengah persaingan bisnis

yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus bisa memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Berkembangnya bisnis ritel saat ini semakin kompetitif sehingga banyak perusahaan saling bersaing menciptakan inovasi dalam kegiatan pemasaran perusahaannya. Selain itu pesatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia setiap tahunnya membuat konsumsi ikut meningkat. Dalam bisnis ritel ada banyak faktor yang mempengaruhi penjualan suatu perusahaan, dari banyak faktor tersebut diantaranya adalah strategi harga, kualitas pelayanan perusahaan dan kepuasan pelanggan perusahaan.

Menurut Wiliam J.Stanton dialih bahasakan Yohanes Lamarto (2012:112) "Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.harga dipengaruhi oleh beberapa indicator kualitas produk, tingkat persaingan dan promosi.

Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel di mana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Harga bukan hanya angka-angka yang tertera di label atau rak toko, tapi mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Sewa rumah, uang sekolah, ongkos perjalanan, upah kerja, bunga, tarif, biaya penyimpanan, dan gaji semuanya adalah harga yang harus dibayar untuk mendapatkan barang atau jasa.

Masyarakat Indonesia semakin hari semakin pintar dan jeli dalam membeli dan seleksi harga produk, masyarakat Indonesia lebih menginginkan produk dengan harga yang relatif terjangkau untuk mendapatkan produk yang berkualitas, oleh karena itu hal-hal yang terjadi sebagaimana yang diuraikan diatas mendapat perhatian dari perusahaan, Brightstore Narogong khususnya dalam hal menetapkan harga yang relatif kompetitif dengan perusahaan ritel sejenis menjadi bahan pertimbangan pelanggan dalam memilih produk. Pertimbangan pelanggan meliputi dari keterjangkauan harga produk di Brightstore Narogong, kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dijual, kesesuaian harga dengan manfaat produk yang dibeli hingga daya saing harga yang ditetapkan.

Bright store Merupakan mini market yang berada diarea Pom Bensin Narogong bisnis ritel khususnya di Indonesia harga merupakan faktor kunci dalam keputusan konsumen, semakin tinggi harga semakin tinggi juga ekspektasi pelanggan terhadap manfaat dan kualitas produk yang mereka beli, bila ekspektasi tidak sesuai tentu kepuasan pelanggan tidak akan tercapai. Dalam hal ini masih banyak ditemukan harga yang tidak sesuai dengan harga toko atau kompetitor lain Hal ini diindikasikan dengan hanya ada beberapa pelanggan setia di Brightstore Narogong yang melakukan pembelian ulang dalam suatu periode tertentu dan untuk produk tertentu. Bila perusahaan tidak dapat meningkatkan Strategi harga dan kualitas pelayanan

dalam hal ini maka akan berpengaruh negative terhadap kepuasan pelanggan dan juga calon pelanggan di masa mendatang. Hal ini tentu menjadi tantangan bagi perusahaan dalam persaingan bisnis yang ada agar dapat bertahan dan memberikan kinerja yang baik dan menguntungkan bagi pemegang kepentingan perusahaan. Untuk mendukung kegiatan tersebut diperlukan pemberian pelayanan yang berkualitas.

Menurut Parasuraman (2012:103), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Kualitas pelayanan dapat dipengaruhi oleh beberapa indikator,

Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna terpenuhinya harapan konsumen. didukung oleh beberapa faktor bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Dalam proses jual dan beli kualitas pelayanan penjual terhadap konsumennya memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli produk atau jasa tersebut. Kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan kepuasan pelanggan apakah ekspektasi pelanggan terpenuhi saat memperoleh produk atau jasa yang

diberikan perusahaan. Pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan bagian dari penilaian konsumen terhadap perusahaan dalam usaha penjualan. Pelayanan yang baik meliputi kecepatan dalam melayani, keramahan pegawai, kemudahan dalam melakukan transaksi dan sebagainya. Brightstore Narogong memiliki komitmen untuk memberikan pengalaman terbaik secara konsisten terhadap pelanggannya, hal ini tercantum dalam visi misi perusahaan. Namun pada praktiknya seperti halnya perusahaan lain, kualitas pelayanan Brightstore terkadang masih dirasakan kurang maksimal oleh pelanggan. Hal ini tentu akan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Nova (2012:138)“ adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa“.dalam mencapai kepuasan pelanggan ada hal yang dipengaruhi oleh beberapa indikator kualitas layanan,faktor emosional,kemudahan.

Brightstore Narogong, menawarkan berbagai produk serta makanan dan minuman berkualitas premium dengan harga terjangkau, yang dipadukan dengan pelayanan ramah dan lokasi yang strategis. Pada perkembangannya, Brightstore difokuskan dengan konsep swakelola (dikelola oleh PT. Pertamina Retail). Brightstore didirikan dengan memaksimalkan ruang dan lahan yang ada di SPBU Pertamina Narogong dan menjadikannya sebagai salah satu sumber

penghasilan bisnis Non-Bahan Bakar serta memberikan nilai tambah kompetitif bagi SPBU Narogong.

Sesuai hasil observasi pada hari senin tanggal 09/03/2018 menemukan ada beberapa masalah yang ada di bright store narogong antara lain :

Harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan mempengaruhi pelanggan dalam belanja sehingga pelanggan membatalkan pembelian karena harga lebih mahal dibanding toko lain yang mereka kunjungi, harga yang dilabel belum diupdate karena kelalaian kasir sehingga barang yang ketika ingin dibeli pelanggan berbeda saat discan barcode sehingga pelanggan merasa tidak nyaman karena tidak diberi info oleh kasir, fasilitas, sarana dan prasarana toko yang kurang memadai, Layout outlet yang kurang luas mengakibatkan pelanggan sulit untuk leluasa mencari barang yang dicari, sikap belum melaksanakan fungsi 3s (salam, sapa, senyum) sehingga pelanggan belum merasa dihargai sebagai pelanggan datang, Tidak adanya ruang tunggu atau ruang istirahat pelanggan akan berpengaruh kenyamanan pada saat ke toko, Dalam hal Penataan barang yang kurang tersusun rapi sehingga pelanggan sulit untuk mencari barang yang diinginkan, Antrian kasir pelanggan yang tidak berurutan membuat rasa tidak nyaman karena menunggu, toko yang masih terkontaminasi dengan bau sampah dari luar membuat pelanggan tidak nyaman, dari masalah yang ditemukan oleh peneliti maka dari itu

peneliti ingin menyajikan seberapa besar Pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di bright store.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin meneliti tentang pengaruhnya harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Brightstore. Dari latar belakang yang dikemukakan diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Di Bright store yang dikelola oleh PT.Pertamina Retail).”***

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat di identifikasikan permasalahan sebagai berikut :

1. Masalah Harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan mempengaruhi pelanggan dalam belanja sehingga pelanggan membatalkan pembelian karena harga lebih mahal dibanding toko lain yang mereka kunjungi
2. Masalah harga yang dilabel harga belum diupdate karena kelalaian kasir sehingga barang yang ketika ingin dibeli pelanggan berbeda saat discan barcode sehingga pelanggan merasa tidak nyaman karena tidak diberi info oleh kasir
3. Masalah fasilitas, sarana dan prasarana toko yang kurang memadai

4. Masalah layout toko yang kurang luas mengakibatkan pelanggan sulit untuk leluasa mencari barang
5. Masalah sikap belum melaksanakan fungsi 3s (salam, sapa, senyum) sehingga pelanggan belum merasa dihargai sebagai pelanggan
6. Masalah tidak adanya ruang tunggu atau ruang istirahat pelanggan sehingga berpengaruh kenyamanan pada saat ke toko
7. Tata letak barang yang tidak tersusun rapi sehingga pelanggan sulit mencari barang yang dicari
8. Antrian yang tidak berurutan sehingga pelanggan tidak nyaman dalam saat menunggu
9. Ruangan toko yang masih terkontaminasi dengan bau sampah dari luar, membuat pelanggan tidak nyaman.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka penulis membatasi masalah penelitian pada :

1. Harga
2. Kualitas Pelayanan
3. Kepuasan Pelanggan

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah ada pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Brightstore.
2. Untuk mengetahui Pengaruhi kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan Brightstore.
3. Untuk mengetahui Pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Brightstore.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Umum :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi atau bahan masukan dan tambahan bagi perusahaan terkait sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan

dalam pencapaian tujuan perusahaan dalam mewujudkan visi dan misi.

- b. Penulis dapat melakukan analisis secara nyata untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, yang diharapkan dapat memberikan pengaruh positif dalam peningkatan penjualan pada bright store.

2. Secara Khusus :

a. Bagi Peneliti :

- 1) Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis (S.os) pada fakultas Ilmu administrasi Universitas Respati Indonesia.
- 2) Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- 3) Sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan serta keputusan menentukan strategi pemasaran yang berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Bright Store dimasa depan dan juga dalam operasional perusahaan.
- 4) Bagi perkembangan ilmu pengetahuan, diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian ilmiah.