

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis menghadapi perubahan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Tingginya tingkat inflasi dan biaya produksi yang disebabkan naiknya mata uang dolar, menyebabkan meningkatnya harga produk yang semakin tinggi, sehingga tingkat penjualan semakin menurun yang disebabkan oleh daya beli masyarakat yang semakin berkurang. Ketika konsumen bertransaksi pembelian produk, maka konsumen akan selalu memilih dalam hal pengambilan keputusan. Seiring berkembangannya dunia usaha dan persaingan saat ini mengharuskan perusahaan untuk semakin berinovasi dan kreatif. Oleh sebab itu perusahaan harus mampu meningkatkan kualitasnya dalam melayani konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik memberikan kesan tersendiri bagi konsumen, merupakan syarat utama bagi sebuah perusahaan jika ingin produknya laris di pasaran. Pertumbuhan akan perubahan pasar, konsumen memilih begitu banyaknya produk yang sama namun beda tingkat pelayanan yang didapatkan. Ketika kompetensi pasar semakin gencar, dengan sedikit perbedaan pelayanan akan menjadi nilai pertimbangan bagi konsumen untuk memilih produk. Setiap konsumen pasti akan senang dengan pelayanan terbaik, sebanding dengan kualitas produk yang didapatkan. Hal tersebut sangat tergantung kepada perusahaan, karena mendapat nilai tambah di mata konsumen.

Kepuasan dari seorang konsumen merupakan ungkapan dari rasa bahagia maupun kekecewaan yang didapat dari konsekuensi barang atau jasa yang dirasakan konsumen sesuai perbandingan dengan harapannya. Perusahaan berusaha memberikan kepuasan yang lebih kepada konsumen dengan produk yang dibeli. Sering kali konsumen mengungkapkan keinginan dan kebutuhan mereka, tetapi sangat berbeda dengan tindakan yang diambil oleh perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan harus memahami persepsi, preferensi, kebutuhan, terhadap pembelian konsumen.

Kepercayaan merupakan sebuah keyakinan terhadap moralitas pihak yang diyakini dan dilihat kemampuan menepati janji. Perusahaan harus bertindak sesuai dengan kepentingan konsumen dimana menyediakan kebutuhan berupa produk (barang atau jasa) yang diinginkan konsumen. Oleh karena itu, kepercayaan bagian faktor yang sangat dalam dunia usaha.

Loyalitas merupakan sebuah janji yang dipegang oleh konsumen untuk memiliki satubarang maupun jasa secara konsekuen, karena hal tersebut akan terjadi pada pembelian secara terulang dengan merek yang sama. Walaupun konsumen tersebut mendapat pengaruh dari kompetitor tidak akan mengubah persepsi konsumen tersebut. Jadi dapat diketahui bahwa loyalitas konsumen merupakan hasil dari kepuasan yang diperoleh dalam bentuk produk barang maupun jasa yang memenuhi dampak positif bagi perusahaan seperti konsumen loyal yang melakukan pembelian berulang-ulang (Fadilah et al., 2018: 130).

Saat ini dari bisnis yang berkembang begitu signifikan adalah bisnis ritel. Beragam merek enceran moderen semakin menjelma, mulai yang terkenal seperti

hypermart, giant, top 100, hingga minimarket. Begitu banyaknya perusahaan ritel di Indonesia, dengan banyaknya bentuk pelayanan terhadap konsumen yang dilakukan oleh perusahaan ritel untuk bersaing ketat dalam meningkatkan loyalitas. Banyaknya merek ritel dari waktu ke waktu semakin berdatangan, menimbulkan perbandingan pasar dalam pemenuhan kebutuhan semakin banyak. Setiap perusahaan ritel mempunyai strategi tersendiri dalam memberikan pelayanannya untuk mendapatkan kepuasan konsumen, misalnya dengan menarik dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Bisnis ritel merupakan mata rantai yang paling dibutuhkan dalam proses pendistribusian produk dan tahap akhir dari dalam proses penyaluran. Melalui bisnis ritel, satu barang dapat dilihat langsung oleh pembelinya. Bisnis ritel dapat diartikan dalam bentuk bisnis yang memasarkan barang atau jasa layanan yang sudah diberikan penilaian lebih dalam mencukupi keperluan individu, keluarga, kelompok, atau pengguna akhir. Produk yang telah dipasarkan mayoritas adalah berupa kebutuhan rumah tangga termasuk sembako. Pada umumnya pelayanan merupakan bentuk usaha yang sangat penting dalam menghadapi antar kompetensi bisnis yang nanti akan membentuk namanya sebuah loyalitas.

Kehadiran bisnis ritel yang maju pada umumnya menggunakan pola belanja konsumen mulai dari tingkat menengah ke atas yang tidak mau bersempit- sempitan di area pasar tradisional yang biasanya kurang nyaman dan kurang tertata rapi. Minimarket menjadi salah satu alternatif tempat belanja bagi konsumen dengan mempunyai tata cara letak barang yang ditata di rak-rak terbuka sehingga konsumen dapat menginginkan sendiri barang yang mereka butuhkan

sesuai dengan keinginan, kemudian mengantarkannya ke kasir untuk melakukan pembayaran. Meskipun kemunculan ritel modern ini dilihat berbagai pihak yang dapat meredupkan pasar tradisional dan warung-warung kecil karena mempunyai banyak keunggulan, dan perkembangannya tak terbendung.

Bisnis ritel saat sekarang di berbagai wilayah bertumbuh begitu cepat mulai dari perkotaan, perumahan, hingga perkampungan, justru tidak begitu sedikit di dalam suatu daerah terdapat bermacam *minimarket* yang saling berkompetensi, belum lagi toko dan warung kecil tradisional yang ikut meramaikan kompetisi. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan untuk menentukan yang mana ritel yang lebih memberikan pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap mereka. Pemain merek ritel yang berkembang saat ini adalah “PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk”, yang dikenal dengan perkembangannya begitu sangat pesat, dan terdapat di berbagai wilayah Indonesia.

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk adalah salah satu pemain bisnis ritel yang berbasis *minimarket* yang menyediakan kebutuhan rumah tangga dengan berbagai macam merek. PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk berkantor pusat di Jalan MH. Thamrin No. 99, Cikokol, Tangerang, Banten dan memiliki kantor cabang yang berlokasi di Cammo Industri Park, Blok C No. 1 Kelurahan Balo Permai, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau. Ritel ini sudah berkembang dengan luas dengan belasan ribu gerainya yang terdapat di setiap kota di Indonesia.

Permasalahan kualitas pelayanan karyawan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk adalah kurang ramahnya karyawan dalam melayani konsumen ketika berbelanja di

toko yang tidak sesuai dengan standar pelayanan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, yaitu setiap konsumen yang masuk ke toko harus disapa tetapi kenyataannya masih banyak karyawan yang tidak menyapa konsumen dan terkesan acuh. Banyak ditemui juga karyawan yang menjawab pertanyaan konsumen dengan judes. Kualitas pelayanan sangat penting dalam bidang jasa.

Berdasarkan permasalahan kepuasan konsumen di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk adalah masih sering adanya gangguan di sistem transaksi ketika konsumen berbelanja di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, seperti sistem kasir yang eror membuat konsumen menjadi menunggu. Semakin lama konsumen menunggu akan terjadi antrian yang semakin panjang. Penanganan yang lambat dalam proses perbaikan sistem yang *error* mengakibatkan karyawan tidak dapat melayani konsumen dengan optimal. Permasalahan yang terjadi ketika pembelian barang secara *online* adalah lamanya proses pengiriman barang ke konsumen yang disebabkan oleh lamanya respon kasir mempersiapkan pesanan konsumen dan karyawan tidak menguasai daerah pengiriman barang.

Berdasarkan hasil permasalahan kepuasan di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk adalah konsumen masih sering menemukan harga barang yang ada di rak tidak sesuai dengan harga yang ada dalam sistem pembayaran kasir. Hal ini juga mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk karena ketidaksesuaian harga barang.

Tabel 1.1Data Transaksi Konsumen PT Sumber Alfaria Trijaya,Tbk
Periode Juni – November 2020

No	Bulan	Target Transaksi	Transaksi	Keterangan
1	Juni	132	102	Tidak Tercapai
2	Juli	139	141	Tercapai
3	Agustus	145	151	Tercapai
4	September	166	129	Tidak Tercapai
5	Oktober	189	119	Tidak Tercapai
6	November	198	147	Tidak Tercapai

Sumber: PT Sumber Alfaria Trijaya,Tbk

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat dari pencapaian transaksi PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk laksana bintang cenderung menurun. Jumlah data transaksi perbulan tersebut menunjukkan rata-rata transaksi tidak mencapai target. Hasil data transaksi menunjukkan banyaknya target transaksi yang tidak tercapai yang menunjukkan penurunan loyalitas konsumen.

Berdasarkan pengkajian yang oleh (Prastiwi & Zaini, 2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Distro Redzone T-Shirt Maker) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Banyaknya permasalahan yang terjadi di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk mempengaruhi loyalitas konsumen. Beberapa faktor tersebut dapat menurunkan tingkat loyalitas konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas, maka skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil uraian masalah di atas, identifikasi masalah yang didapatkan ditentukan sebagai berikut.

1. Pelayanan karyawan terhadap konsumen yang masih kurang ramah.
2. Tidak maksimalnya pelayanan karena sistem PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yang sering gangguan.
3. Ketidakpuasan proses pengiriman barang yang lama.
4. Tidak puasnya konsumen berbelanja dengan harga yang berbeda di sistem kasir.
5. Loyalitas konsumen cenderung menurun.

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan uraian masalah pada latar belakang di atas, batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan kualitas pelayanan (X1), kepuasan (X2), kepercayaan (X3), dan loyalitas konsumen (Y).
2. Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk cabang Laksamana Bintan.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas dapat dijelaskan rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk?
2. Apakah kepuasan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada PT Sumber PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk Trijaya, Tbk?
4. Apakah kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, tujuan penulisan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan secara parsial terhadap loyalitas konsumen secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan untuk perusahaan agar lebih memperhatikan faktor kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen, dan diharapkan penelitian ini dapat sebagai acuan dalam implikasi manajerial perusahaan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi pihak perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan, dalam membangun kepercayaan serta loyalitas konsumen sesuai yang diharapkan oleh perusahaan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi sebagai bentuk referensi untuk penelitian berikutnya bagi mahasiswa yang ingin melanjutkan penelitian ini dengan variabel yang sama.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan peneliti dengan pengalaman yang didapatkan, serta dapat mengimplementasikan yang telah didapatkan selama studi di perguruan tinggi.