

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perdagangan merupakan kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik barang-barang kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Perdagangan timbul karena manusia mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas sedangkan alat pemenuhan kebutuhan terbatas. Terutama pelayanan baik dari segi interior dan eksterior yang membuat nyaman konsumen serta kualitas produk sangat dibutuhkan. Perusahaan harus membuat suatu strategi agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut konsumen .maka itu dibutuhkan analisis perilaku konsumen untuk mengetahui sejauh mana tingkat kebutuhan, keinginan. harapan dan kepuasan konsumen terhadap pemilihan suatu produk.

Waykof (Purnama N, 2006:19), menyebutkan kualitas layanan sebagai tingkat kesempumaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempumaan tersebut unluk mcmenuhi keinginan konsumen. Sedangkan menurut Parasuraman et al. (Pumama N, 2006:19), kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Hal terpenting dalam dunia bisnis adalah konsep kepuasan pelanggan yang digunakan untuk menarik konsumen. Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. 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).

Berhasil atau tidaknya suatu usaha dalam menjual barang atau jasa tergantung pada usaha yang sungguh-sungguh dalam melakukan pemasaran, dalam fungsi pemasaran pelayanan yang berkualitas tinggi akan memegang peranan yang sangat penting, karena kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran yang baik untuk mengikuti perubahan yang terus menerus. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan dalam melakukan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami keinginan konsumen dan meningkatkan pelayanan dan harga yang terjangkau agar konsumen merasa puas setelah bertransaksi.

Indomaret adalah jaringan peritel waralaba di Indonesia. Indomaret merupakan salah satu anak perusahaan Grup Sa I im. Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 M2. Dikelola oleh PT. Indomarco Prismaatama, cikal bakal pembukaan Indomaret di Kalimantan dan

toko pertama dibuka di Ancol, Jakarta Utara, pada tahun 1988. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah Indomaret teruji dengan lebih dari 230 gerai. Pada Mei 2003 Indomaret meraih penghargaan "Perusahaan Waralaba 2003" dari Presiden Megawati Soekamoputri. Indomaret prisma telah membuka sekitar 534 gerai baru hingga Mei 2019. Gerai-gerai baru akan terus bertambah hingga 1.200 gerai baru pada tahun ini. Direktur Utama Indomaret Makmur Internasional Haliman Kustedjo mengungkapkan bahwa pada akhir tahun lalu, jumlah gerai Indomaret mencapai 16.366 unit. Hingga Mei 2019, jumlah gerai Indomaret sudah mencapai 16.900 gerai. Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto "mudah dan hemat". Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan non-makanan tersedia untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bahwa di lokasi penelitian masih kurang memuaskan karena terdapat harga yang ada pada label mini market Indomaret Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo tidak sesuai pada saat membayar di kasir, sehingga konsumen merasa dirugikan, selain itu juga masih adanya keluhan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Indomaret kurang baik, karena sebagian besar pelanggan mengeluh adanya pelayanan yang diberikan karyawan Indomaret tidak ramah. Hal ini dapat mengurangi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas dan melihat pentingnya kepuasan pelayanan dan harga bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Prismatama Gorontalo (Kecamatan Telaga)** “

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pernyataan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dalam penelitian ini peneliti dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang diantaranya adalah : 1) Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat 50% orang yang tidak puas dengan kualitas pelayanan di beberapa Indomaret Kecamatan Telaga. 2) Karyawan kurang teliti dan kurang tanggap terhadap label harga yang ada pada setiap produk. 3) Sebagian besar pelanggan mengeluh adanya pelayanan yang diberikan karyawan indomaret kurang ramah pada saat berbelanja

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Prismatama Gorontalo (Kecamatan Telaga)?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan yang hendak di capai dari kegiatan penelitian ini

adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Prismatama Gorontalo (Kecamatan Telaga).

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, mahasiswa diharapkan dapat mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Disamping itu, hasil penelitian ini diharapkan pula menjadi referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan saran-saran serta dapat digunakan sebagai salah satu sarana dalam meningkatkan Kualitas pelayanan terhadap pelanggan di perusahaan (PT.Indomarco Prismatama) di waktu yang akan datang.