

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Di era globalisasi ini memberikan pengaruh dan perubahan yang cepat dan signifikan terhadap aspek kehidupan manusia, yaitu dalam bidang sosial, ekonomi, budaya, dan lain-lain. Perubahan-perubahan itu muncul akibat dari sifat manusia yang semakin konsumtif yang menyebabkan kebutuhan manusia semakin meningkat. Hal ini memungkinkan perkembangan bisnis ritel yang pesat dan membuat para pengusaha untuk memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainya. Tipe dalam bisnis ritel ini salah satunya adalah supermarket, dimana supermarket menarik para konsumen dengan kualitas pelayanannya.

Persaingan perdagangan di Indonesia semakin lama semakin ketat ditambah dengan adanya perdagangan bebas di seluruh dunia, memudahkan perusahaan asing dengan mudah masuk di Indonesia dan sebaliknya. Hal tersebut dapat menyebabkan perusahaan-perusahaan berada di ujung tombak jika tidak mampu bersaing dengan baik. Agar dapat bersaing dengan pasaran, perusahaan harus mampu melakukan pemasaran dengan baik dan tepat untuk mencapai target pasar yang ditetapkan dengan menghindari sekecil mungkin hal-hal yang tidak efisien.

Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif karena kualitas merupakan salah satu faktor utama untuk menentukan pilihan. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas pelayanan yang diberikan sangat memuaskan bagi konsumen. Kualitas yang

baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pada konsumen.

Pelayanan yang baik menjadi salah satu tonggak yang dapat diberikan oleh perusahaan pada umumnya selain faktor lain yaitu kualitas produk/jasa yang tentunya juga penting untuk diperhatikan. Namun, kualitas produk/jasa yang baik belum tentu membuat konsumen puas. Kepuasan konsumen juga melihat pada kualitas pelayanan yang disajikan oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2009:50) kualitas layanan merupakan keseluruhan fitur dan sifat produksi atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:268) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan yang dapat diberikan perusahaan dapat terdiri dari berbagai aspek yaitu dari segi pelayanan fisik (seperti kenyamanan tempat, tersedianya peralatan yang memadai, dan sebagainya), jaminan yang menjanjikan, sikap baik yang diberikan oleh perusahaan, kesigapan dalam mengatasi masalah yang dialami konsumen, serta rasa kepedulian yang tinggi yang diberikan kepada konsumen. Hal tersebut tercantum pada buku Lupiyoadi (2014:217) bahwa ada lima dimensi pokok yang digunakan konsumen untuk menilai status kualitas pelayanan yang dikenal dengan SERQUAL (*service quality*) yaitu *Tangibles* (Berwujud), *Reability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empaty* (Empati). Hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen saat melakukan keputusan pembelian.

Menurut Buchari Alma (2014:96), keputusan pembelian sebagai suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi, keuangan, teknologi, politik, budys, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengelola segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli. Kotler dan Keller (2009:184) menyatakan bahwa proses pembelian yang rumit biasanya melibatkan beberapa keputusan, sedangkan suatu keputusan melibatkan pilihan di antara beberapa alternatif tindakan atau perilaku. Meskipun pemasar/konsumen sering mengacu pada pilihan antara produk, merek dan tempat pembelian, proses pembelian biasanya juga dipengaruhi oleh hubungan yang baik dengan produsen.

Mojokerto merupakan salah satu Kota yang memiliki banyak penduduk dengan situasi perkotaannya yang semakin lama semakin padat dengan didampingi berbagai pusat pertokoan dan mall-mall yang besar. Hal tersebut menyebabkan Kota Mojokerto menjadi semakin banyak dikunjungi bahkan dari kota tetangga seperti Jombang, Lamongan, dan lainnya yang belum seramai Mojokerto saat ini. Hal lain juga disebabkan banyaknya pusat perbelanjaan dan hiburan yang mampu menyediakan berbagai kebutuhan konsumen. Dari segi kebutuhan, banyaknya supermarket menjadi alternatif konsumen yang selalu mengedepankan kenyamanan dan pelayanan saat berbelanja dibandingkan jika berbelanja di pasar yang cenderung kumuh, kurang aman, pelayanan yang kurang memuaskan, serta faktor lain yang mungkin didapat. Oleh karena itu, perusahaan ritel supermarket tidak boleh lengah karena mereka harus mampu bersaing di tengah-tengah era globalisasi yang semakin ketat ini.

SuperIndo tumbuh dan berkembang bersama masyarakat Indonesia melalui kemitraan antara Salim Group, Indonesia dan Ahold Delhaize, kini Super Indo telah memiliki 180 gerai yang tersebar di 40 kota di Pulau Jawa dan bagian selatan Sumatera, salah satunya SuperIndo berlokasi di Mojokerto. Didukung lebih dari 8.500 karyawan terlatih, Super Indo menyediakan beragam produk kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang dapat diandalkan, lengkap, harga hemat, dan lokasi toko yang mudah dijangkau ([www.superindo.co.id](http://www.superindo.co.id)). Berdasarkan pemantauan yang dilakukan terhadap beberapa hal yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap Supermarket Super Indo di Mojokerto, diantaranya yaitu konsumen melihat apakah produk yang dijual di Super Indo di Mojokerto mempunyai keberagaman produk yang bagus dan harga yang relevan menurut konsumen. Disamping itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai juga memuaskan konsumen yang datang, sehingga memutuskan untuk membeli di Super Indo Mojokerto.

Pengaruh positif dan adanya komunikasi yang baik antara retailer dan konsumen diharapkan dapat menambah minat dari para konsumen sehingga konsumen tersebut dapat melakukan pembelian ulang secara terus-menerus, serta mampu mempertahankan prestasi dan pencapaian yang sudah didapat selama ini. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SUPER INDO MOJOKERTO** (Studi Kasus Pada Konsumen Super Indo Di Mojokerto)”. Sehingga melalui penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi pihak perusahaan untuk mempertahankan pencapaian dan memperbaiki kualitas dan pelayanan yang masih dirasa kurang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Super Indo Mojokerto?
2. Apakah *Reability* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Super Indo Mojokerto?
3. Apakah *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Super Indo Mojokerto?
4. Apakah *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Super Indo Mojokerto?
5. Apakah *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Super Indo Mojokerto?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan *Tangibles* terhadap keputusan pembelian di Super Indo Mojokerto.
2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan *Reability* terhadap keputusan pembelian di Super Indo Mojokerto.
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan *Responsiveness* terhadap keputusan pembelian di Super Indo Mojokerto.
4. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan *Assurance* terhadap keputusan pembelian di Super Indo Mojokerto.
5. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan *Empathy* terhadap keputusan pembelian di Super Indo Mojokerto.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat membawa manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan baik itu peneliti sendiri, pemilik bisnis ritel, bagi masyarakat maupun bagi universitas. Adapun manfaat penelitian ini antara lain sebagai berikut :

##### **1. Bagi Penulis/Peneliti**

- a. Untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit.
- b. Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan.

##### **2. Bagi Pemilik Bisnis Ritel**

- a. Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan mengenai produk dan kualitas pelayanan pada bisnis ritel sendiri.
- b. Hasil penelitian ini dapat diaplikasikan oleh pelaku usaha dalam bisnis ritel terutama dalam meningkatkan penjualan produk.

##### **3. Bagi Masyarakat Umum**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta dapat digunakan sebagai kajian dan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut berkenaan tentang kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

##### **4. Bagi Universitas**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai alat ukur kemampuan mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.