

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini toko swalayan merupakan salah satu jenis usaha yang banyak dipilih, dilakukan, dan dikembangkan oleh berbagai pengusaha yang membuka usaha dalam bidang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Usaha toko swalayan sendiri bukan merupakan usaha baru lagi, karena memang toko swalayan sudah ada sejak dahulu. Tetapi hingga saat ini toko swalayan tetap memiliki daya tarik tersendiri bagi pelanggannya. Toko swalayan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memang lebih berkesan sederhana dibandingkan dengan ada di kota-kota besar di Indonesia. Yang lebih bersifat modern dengan berbagai fasilitas mewah dan lengkap seperti waralaba Alfa Mart, Indomaret, dan lain-lain.

Usaha toko swalayan bukan merupakan suatu usaha musiman yang hanya terkenal pada saat-saat tertentu, tetapi merupakan usaha yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Toko swalayan menjadi salah satu pilihan utama masyarakat terutama di daerah perkotaan untuk tempat mereka berbelanja.

Hal ini yang memikat para pelaku usaha di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, khususnya di Kota Pangkalpinang untuk membuka usaha toko swalayan yang lebih nyaman dan modern. Dengan harapan dapat menarik minat para konsumen untuk berbelanja di tempat mereka.

Toko swalayan di Kota Pangkalpinang telah berkembang pesat salah satunya adalah toko swalayan Apri Mart yang menjadi salah satu toko swalayan tempat berbelanja bagi warga Pangkalpinang terutama yang berdomisili di sekitar Selindung Lama, Kelurahan Gabek, Pangkalpinang. Berbagai jenis barang kebutuhan sehari-hari dijual dengan harga yang terjangkau dan bervariasi.

Dengan persaingan persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari usaha sejenis membuat toko harus menemukan cara yang tepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga usaha yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep salah satu cara satu untuk mencapai tujuan perusahaan adalah mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberi kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan lebih efisien dibandingkan para pesaing (Philip Kotler, 2005).

Toko swalayan Apri Mart tentu ingin mendapatkan Kepuasan konsumen. Dengan adanya kepuasan konsumen yang semakin tinggi maka diharapkan jumlah konsumen pun akan ikut naik. Berikut ini data jumlah konsumen Toko Swalayan Apri Mart pada bulan Desember 2016 – Oktober 2017:

Tabell.1Jumlah Konsemen Apri Mart (Bulan Desember 2016 – Oktober 2017)

Bulan	Jumlah Konsumen	Rata-rata Konsumen per Hari
Desember 2016	5260	169,677
Januari 2017	4406	146,866
Februari 2017	4252	151,857
Maret 2017	4781	154,225
April 2017	4568	152,267
Mei 2017	4380	151,034
Juni 2017	3899	144,407
Juli 2017	4593	148,161
Agustus 2017	5349	172,548
September 2017	4520	155,862
Oktober 2017	4915	158,548

Sumber : Apri Mart, diolah oleh peneliti, 2017

Berdasarkan tabel I.1 menunjukkan jumlah konsumen toko swalayan Apri Mart selama periode bulan Desember 2016 - Oktober 2017 mengalami naikturun didalam jumlah konsumen yang datang berbelanja. Pada bulan Agustus 2017 merupakan periode dengan jumlah konsumen paling tinggi yaitu menjadi 5349 konsumen. Sedangkan jumlah konsumen terendah terjadi pada bulan Juni 2017 yaitu 3899 konsumen. Jumlah peningkatan konsumen tertinggi terjadi pada bulan Agustus 2017 diindikasikan karena setelah setelah hari raya Lebaran konsumen banyak melakukan pembelian barang kebutuhan sehari-hari. Sedangkan penurunan jumlah konsumen tertinggi terjadi pada bulan Januari 2017 dengan indikasi pada awal tahun konsumen lebih memilih menyimpan uangnya untuk kebutuhan di kemudian hari.

Keadaan yang terjadi seperti pada uraian diatas menunjukkan bahwa Toko Swalayan Apri Mart mengalami pasang surut jumlah konsumen, ada banyak faktor yang mempengaruhi jumlah konsumen diantaranya jumlah pesaing yang semakin banyak, persaingan yang semakin ketat di antara toko swalayan dan

faktor ekonomi masyarakat juga mempengaruhi jumlah konsumen yang datang ke Toko Swalayan Apri Mart.

Dengan masih naik turunnya jumlah konsumen Apri Mart tiap bulannya maka pihak manajemen harus dapat memberi keyakinan kepada konsumen agar bisa kembali melakukan pembelian di toko swalayan tersebut. Pihak manajemen harus bisa mengevaluasi sistem yang telah ada agar toko swalayan Apri Mart ini dapat meningkatkan dan menstabilkan jumlah angka penjualan.

Sebagai perbandingan peneliti mempunyai data jumlah konsumen rata-rata per hari tahun 2017 dari beberapa toko swalayan lainnya di Kota Pangkalpinang :

Tabell.2 Jumlah Konsumen Rata-Rata Konsumen Per Hari Tahun 2017 Di Toko Swalayan Di Kota Pangkalpinang

No	Nama Toko Swalayan	Alamat	Jumlah konsumen rata-rata per hari
1	Apri Mart	Jalan Raya Selindung Lama, Selindung Lama, Pangkalpinang	156
2	TJ Mart	Jl. Depati Hamzah No.272, Pangkalpinang	132
3	TJ Mart	Jl. Solihin GP No.27, Pangkalpinang	147
4	Toko R3	Jl. Sungai Liat - Pangkalpinang No.87, Pangkalpinang	104
5	EFENDI Market	Jl. Solihin GP, Gabek, Pangkalpinang	168
6	TokoNURUL	Jl. Jum'at Yahya No.48, Pangkalpinang	118
7	Toko PD Crisko	Jl. Sulaiman Salam No.55, Pangkalpinang	106
8	Toko Fadhil	Jl. Jendral Sudirman No.169, Pangkalpinang	138
9	Fajar Indah Toko	Jalan Depati Hamzah, Bukitintan, Girimaya, Pangkalpinang	160
10	Toko "Amin"	Jl. Trem No.15, Pasar Induk, Pangkalpinang	133

No	Nama Toko	Alamat	Jumlah konsumen per hari
11	Toko Salma	Jl. Sungai Liat – Pangkalpinang No.64, Pangkalpinang	110
12	Toko Agis	Gang Muatiara III no 37 Girimaya, Pangkalpinang	121
13	Toko AHAU	Jl. Soekarno Hatta, Pangkalpinang	117

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2018

Terlihat pada tabel I.2 toko swalayan Apri Mart memperoleh jumlah konsumen tertinggi bersama toko swalayan Fajar Indah. Jumlah konsumen yang banyak ini disebabkan oleh harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko swalayan lainnya terutama untuk harga kebutuhan pokok. Hal ini sesuai dengan pendapat Harga memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, menurut Tjiptono (2010) yaitu: 1) Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. 2) Peranan informasi harga, yaitu fungsi harga dalam membidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara obyektif. Persepsi yang sering muncul adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi sehingga konsumen menilai harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk maupun jasa yang ditetapkan.

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Harini (2008): harga merupakan nilai uang yang seseorang

butuhkan untuk memperoleh sejumlah produk dan pelayanan. Sedangkan menurut Tjiptono (2004): harga adalah hukum moneter yang dapat ditukarkan untuk mendapatkan hak atas suatu barang atau pemakaian layanan jasa. Basu Swastha (2006): harga ialah sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan.

Sebagai perbandingan peneliti mempunyai data harga beberapa barang kebutuhan pokok dari beberapa toko swalayan. Berikut tabel harga beberapa barang kebutuhan pokok di toko swalayan di Kota Pangkalpinang :

Tabel I.3 Daftar Harga Barang Kebutuhan Pokok di Beberapa Toko Swalayan di Kota Pangkalpinang dan Sekitarnya pada Bulan Februari 2018

No	Nama Barang	Toko Swalayan		
		Apri Mart (objek penelitian)	TM Mart	Efendi Market
1	Beras 118 (10 kg)	Rp.119.000,-	Rp.120.000,-	Rp.120.000,-
2	Beras RM (10 kg)	Rp.119.000,-	Rp.126.000,-	Rp.123.000,-
3	Attack Easy (450 gr)	Rp. 8.000,-	Rp. 9.000,-	Rp. 9.000,-
4	Rinso Anti Noda (1,8 kg)	Rp.30.500,-	Rp.30.000,-	Rp.32.000,-
5	Aqua Gelas (240 ml) per dus	Rp.34.000,-	Rp.35.000,-	Rp.36.000,-
6	Bolesa Cup per dus	Rp.19.500,-	Rp.18.000,-	Rp.18.400,-
7	Gula Premium PSM (1kg)	Rp.14.000,-	Rp.15.000,-	Rp.14.000,-
8	ABC Kopi Susu	Rp.5.000,-	Rp.5.000,-	Rp.5.000,-
9	Indocafe Cappucino Seduh	Rp.4.500,-	Rp.5.000,-	Rp.4.500,-
10	Susu Bendera 123 Coklat (300gr)	Rp.22.000,-	Rp.22.800,-	Rp.22.100,-

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2018

Dari data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga produk di toko swalayan Apri Mart relatif sama kurang lebihnya dengan toko swalayan lainnya. Hal ini membuat peneliti merasa tertarik untuk meneliti apakah hal ini dapat membuat konsumen merasa puas dengan harga yang ditawarkan oleh toko swalayan Apri Mart.

Kualitas layanan menjadi salah satu faktor penentu kepuasan konsumen selain harga. Menurut Rambat Lupiyoadi (2008) kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Menurut Kotler dan Keller (2012) menjelaskan kualitas layanan adalah keseluruhan fitur dan sifat produksi atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Menurut Tjiptono (2004): kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui pengamatan dan wawancara singkat dengan konsumen dan pihak Apri Mart. Peneliti menarik kesimpulan bahwa layanan konsumen di toko swalayan Apri Mart sudah cukup baik. Para pegawai yang berjaga telah mampu melayani konsumen dengan baik, kasir di Apri Mart juga cukup ramah, dan respon dari para pegawai juga cepat terhadap konsumen yang memerlukan bantuan. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh kualitas layanan yang diberikan Apri Mart terhadap kepuasan konsumen mereka.

Harga dan kualitas layanan pasti akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena kedua hal itu yang menjadi pertimbangan utama konsumen untuk memutuskan apakah merasa puas atau tidak terhadap sebuah toko atau ritel. Kepuasan konsumen menurut Basu Swastha (2006) adalah: "Suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan." Phillip Kotler (2000), menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat

perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja pelayanan melebihi harapan mereka akan merasa puas dan bila kinerja pelayanan tidak memenuhi harapan maka mereka akan merasa kecewa (PhillipKotler, 2001). Kepuasan konsumen di toko swalayan Apri Mart berdasarkan observasi berupa wawancara kepada beberapa konsumen juga cukup tinggi membuat peneliti merasa tertarik untuk meneliti hal tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, kedua variabel yaitu harga dan kualitas layanan diduga memiliki peran dalam mempengaruhi kepuasan kosumen. Sehingga untuk mengetahui apakah ada hubungan antara harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen tentunya harus dilakukan penelitian lebih lanjut. Dari uraian yang telah dibahas sebelumnya, peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Swalayan Apri Mart Pangkalpinang**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran harga, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen pada toko swalayan Apri Mart ?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko swalayan Apri Mart ?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko swalayan Apri Mart ?
4. Apakah harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko swalayan Apri Mart ?

1.3 Batasan Penelitian

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan tidak terlalu luas, maka peneliti membatasi masalah yang diteliti hanya mengenai pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Swalayan Apri Mart, Pangkalpinang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui danmendapatkan gambaran tentang harga, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen di toko swalayan Apri Mart.
2. Untuk mengetahui danmenganalisis apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko swalayan Apri Mart.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko swalayan Apri Mart.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen toko swalayan Apri Mart.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat dan kontribusi kepada semua pihak. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman dari masalah yang diteliti, sekaligus sebagai bahan acuan dan pembanding dalam penulisan skripsi di masa yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang variabel harga dan pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

1.5.3 Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran, untuk digunakan dalam rencana dan pengembangan usaha.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah penelitian, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan landasan teori tentang harga, kualitas layanan, kepuasan konsumen, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan, tempat dan waktu penelitian, definisi operasi dan pengukuran variabel, populasi dan sampel, teknik pengambilan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis dari interpretasi data dan pembahasan hasil.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran yang sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN