

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman dan berkembangnya ilmu teknologi secara global dapat mempengaruhi segala aspek di dunia termasuk di dalamnya adalah dunia bisnis. Hanapi dan Arianto (2021) menyebutkan bahwa perkembangan dunia yang begitu pesat menimbulkan tingkat persaingan antar perusahaan semakin ketat dalam memasarkan produk-produknya baik berupa barang maupun jasa, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih efektif dan efisien dalam melakukan aktivitasnya. Para pelaku bisnis pada umumnya saling berlomba-lomba dalam mengambil hati pelanggan. Untuk itu, perusahaan harus berpikir cerdas, kreatif, inovatif, dan bergerak cepat sangat dibutuhkan untuk memajukan usahanya

Ketatnya persaingan antar perusahaan saat ini, sehingga perusahaan wajib untuk terus meningkatkan pelayanannya mengikuti kebutuhan dan harapan konsumen melalui pelayanan yang memuaskan, informasi yang diharapkan mampu ditampilkan dalam iklan, dan juga harga yang mendukung sehingga dapat meningkatkan kepuasan para pelanggan dalam berbelanja dan juga sekaligus meningkatkan loyalitas yang dimiliki oleh para pelanggan. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Nurhidayati dan Yuliantari (2018) di mana hanya perusahaan yang mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat bertahan, di mana salah satu usaha

menciptakan keunggulan kompetitif ialah dengan cara mengembangkan pelayanan,

promosi, dan juga penetapan harga yang sesuai dengan kualitas sebuah produk dalam memasarkannya.

Saat ini, di mana pertumbuhan ekonomi yang terus mengalami perkembangan pesat serta diiringi persaingan usaha yang semakin maju membuat swalayan-swalayan untuk saling berlomba-lomba dalam menarik perhatian konsumen. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Syahidin dan Adnan (2022) di mana persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja produknya agar dapat bersaing di pasar.

Para pemilik swalayan sendiri harus mempelajari dan memahami betul kebutuhan dan keinginan serta permintaan dari para pelanggan agar dapat menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Di mana seorang pemilik swalayan harus mampu menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dengan menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi, iklan, maupun kualitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat membentuk loyalitas para pelanggan pada swalayannya.

Dalam memperoleh banyak pelanggan sendiri, swalayan harus memiliki visi dan misi yang jelas dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, hal ini dikarenakan loyalitas pelanggan merupakan minat pembelian berulang yang dilakukan oleh para pelanggan pada suatu produk atau pada sebuah toko yang sama. Menurut Rangkuti (2018) loyalitas merupakan sebuah proses yang melibatkan pikiran dan emosi antara pelanggan dengan perusahaan yang tidak dapat diukur dan dikelola, karena pikiran dan emosi pelanggan yang satu dengan yang lain berbeda sehingga akan sulit untuk diukur atau dilambangkan.

Untuk membentuk suatu loyalitas pada diri para pelanggan, maka sangat dibutuhkan adanya kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian atau menggunakan sebuah produk, kepuasan pelanggan sendiri merupakan rasa senang yang dimiliki oleh para pelanggan terhadap sebuah produk yang nilai telah melebihi harapannya. Menurut Lupiyoadi (2018) kepuasan pelanggan merupakan persepsi para pelanggan bahwa dengan menggunakan kualitas sebuah produk tertentu dan harapannya telah terpenuhi. Dalam penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Rafiah (2019) di mana memperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah adanya kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang baik tentu akan membuat para pelanggan merasakan kepuasan dalam menggunakan atau membeli sebuah produk sehingga akan meningkatkan loyalitas yang dimiliki oleh para pelanggan. Menurut Sunyoto (2019) kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap memiliki mutu apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Dalam penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Sucihati, dkk (2022) di mana diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu harga, hal ini dikarenakan terkadang para pelanggan memiliki persepsi bahwa semakin

mahalnya suatu barang maka semakin bagus kualitas yang dimiliki oleh produk tersebut. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh para pelanggan untuk dapat memperoleh kepemilikan atas barang atau jasa yang diinginkan. Menurut Kotler (2017) harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah jasa atau produk. Dalam penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Anggarwati dan Yanti (2020) di mana memperoleh hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Promosi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas para pelanggan, hal ini dikarenakan semakin lengkapnya informasi yang disebutkan atau yang dijelaskan dalam promosi suatu produk, maka hal tersebut akan menarik para pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Kotler dan Keller (2018) menjelaskan bahwa promosi merupakan upaya dalam menginformasikan atau menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen agar membeli atau mengkonsumsinya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Dalam penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Farisi dan Siregar (2020) menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern pada pasal 12 ayat 1 disebutkan bahwa yang dimaksud dengan toko swalayan adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *departement store*, *hypermarket*, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa swalayan merupakan salah satu toko yang menyediakan berbagai jenis barang dan perlengkapan yang memiliki kesamaan seperti *minimarket*, *supermarket*, dan lain sebagainya. Di mana swalayan lebih kepada toko yang memiliki kelengkapan produk ketimbang pada toko lainnya.

Krueng Geukuh merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan di Keude Krueng Geukuh, di mana penulis memperoleh hasil bahwa terdapat 3 swalayan terbesar di Krueng Geukuh selain alfamart dan indomaret, di mana ketiga swalayan tersebut yaitu Mustika Swalayan, Na Rezeki Swalayan, dan Halal Mart Agency Center Krueng Geukuh. Dalam melakukan observasi penulis juga memperoleh hasil bahwa Mustika Swalayan merupakan swalayan yang memiliki paling banyak *member* (pelanggan), di mana *member* (pelanggan) pada ketiga swalayan di Krueng Geukuh tersebut adalah seperti pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Member (Pelanggan) Swalayan di Krueng Geukuh

No	Swalayan	Member
1	Swalayan Mustika	5.750 Member
2	Na Rezeki Swalayan	3.255 Member
3	Halal Mart Agency Center Krueng Geukuh	4.124 Member

Sumber: Hasil Observasi (2022)

Berdasarkan *member* (pelanggan) swalayan di Krueng Geukuh pada tabel 1.1 di atas, maka dapat dilihat bahwa Swalayan Mustika sampai dengan tahun 2022 memiliki 5.750 *member*. Di mana hal ini menunjukkan bahwa Swalayan Mustika merupakan swalayan yang memiliki *member* (pelanggan) terbanyak dibandingkan Na Rezeki Swalayan dan Halal Mart Agency Krueng Geukuh.

Swalayan Mustika merupakan salah satu swalayan yang berlokasi di Keude Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. Swalayan Mustika sendiri berdiri sejak tahun 2010. Dalam melakukan kegiatannya, Swalayan Mustika sendiri memiliki 4 orang karyawan yang bekerja per *shift* setiap harinya, di mana Swalayan Mustika sendiri dibuka pada jam 8 pagi dan tutup pada jam 12 malam. Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan pada Swalayan Mustika Krueng Geukuh, di mana penulis memperoleh hasil bahwa selama tahun 2017-2022 jumlah *member* (pelanggan) pada Swalayan Mustika terus mengalami penurunan setiap tahun, hal ini dapat dilihat dari tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Jumlah *Member* (Pelanggan) Pada Swalayan Mustika Krueng Geukuh

Tahun	Jumlah <i>Member</i> (Pelanggan)	Penurunan
2017	8.986 <i>Member</i>	-
2018	8.227 <i>Member</i>	-8,45%
2019	7.877 <i>Member</i>	-4,25%
2020	7.225 <i>Member</i>	-8,28%
2021	6.308 <i>Member</i>	-12,69%
2022	5.750 <i>Member</i>	-8,85%
Total		-42,52%

Sumber: Swalayan Mustika (2022)

Berdasarkan hasil observasi di atas, memperlihatkan bahwa selama tahun 2017 sampai dengan tahun 2022 jumlah penggunaan kartu *member* pada Swalayan Mustika terus mengalami penurunan yang mencapai 42,52%. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti semakin rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan dikarenakan jumlah karyawan yang hanya tersisa sebanyak 2 orang saja sehingga tidak mencukup beberapa aspek yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap yang lemah, kurangnya jaminan untuk setiap

pelayanan yang diberikan, serta kurangnya perhatian yang diberikan oleh para karyawan terhadap para pelanggan yang melakukan pembelian. Kemudian harga yang ditetapkan semakin mahal dibandingkan pada toko lain termasuk seperti pada pasar tradisional sehingga hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditentukan terkadang tidak mampu dijangkau oleh masyarakat, kurangnya kesesuaian harga dengan kualitas dari produk yang ditawarkan, serta kurangnya kesesuaian harga dengan manfaat yang akan diperoleh oleh para pelanggan. Selanjutnya semakin jarang promosi yang dilakukan oleh Swalayan Mustika baik secara langsung maupun melalui media sosial seperti *instagram*, *facebook*, dan lain sebagainya. Hal ini jelas berdampak terhadap terjadinya penurunan jumlah pelanggan atau penurunan pelanggan yang loyal dalam melakukan pembelian pada Swalayan Mustika dikarenakan tidak adanya kepuasan yang dirasakan oleh para pelanggan saat melakukan pembelian pada Swalayan Mustika. (Survei awal, 23 September 2022).

Berdasarkan fenomena di atas yang menjadi salah satu alasan penulis ingin melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
6. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
7. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
8. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
9. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?

10. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
5. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.

6. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
7. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
8. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
9. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
10. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Swalayan Mustika di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian di atas, oleh karena itu, maka penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak seperti berikut ini:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami dan menambah wawasan mengenai manajemen pemasaran.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik, bagi peneliti sendiri, dan bagi pihak fakultas.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat bermanfaat memberikan sumbangan bagi pemecahan masalah yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian dan evaluasi terhadap pengetahuan yang telah di dapat mengenai manajemen khususnya manajemen pemasaran.