

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Beriring dengan rangkaian zaman yang begitu pesat saat ini dapat di sebabkan maraknya persaingan berbagai plosok dunia bisnis termasuk bisnis ritel, bisnis ritel ialah terbentuk suatu bisnis yang menawarkan berbagai barang dan dari suatu pelanggan untuk berbagai konsumsi pribadi ataupun bersama. Bisnis usaha ritel ini tertuju pada kebutuhan konsumen yang terpenuhi, dan juga menuntaskan usaha bisnis yang memiliki tahapan pemasaran yang tepat guna, agar barang atau jasa yang menjualkan dapat perhatian untuk dibeli. pelaku bisnis ini dipengaruhi semaksimal mungkin untuk mengurus usahanya secara professional dan efisien terhadap persaingan. Syarat yang perlu dipenuhi oleh bisnis ritel ialah berusaha semaksimal mungkin bertujuan upaya menciptakan konsumen baru dan mempertahankan konsumen tetap.

Pemahaman pelaku usaha terhadap karakter target pasar atau pelanggan yang akan dilayani merupakan hal yang sangat penting. pelaku bisnis harus menawarkan produksi dengan tarif, periode dan tempat, beberapa usaha ritel terbaik memiliki produksi yang berkualitas atau memiliki karakteristik yang berbeda dengan yang lain, seperti terjangkaunya tarif dan produk lengkap bahkan lokasi yang memiliki tempat fundamental agar mudah dan terlihat menarik bagi konsumen. Pelaku usaha bisnis harus perlu mengetahui antara siapa saja yang terlibat dalam ketetapan pembelian serta peran apa yang diinginkan oleh masing-masing konsumen.

keputusan pembeli yaitu tahap proses dimana konsumen mengambil keputusan untuk membeli. Ketetapan tersebut tidak terlepas dari bagaimana pelanggan melalui tahapan yaitu dapat mengetahui permasalahan yang dihadapi hingga terjadinya transaksi pembelian pelanggan. Terdapat 5 tahapan yang dilakukan para pelanggan pada saat membuat keputusan pembelian, di antaranya: latar masalah, arahan, tahapan alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah membeli Dalam menghadapi sebuah persaingan, kelengkapan produk merupakan faktor terpenting, karena dalam sebuah usaha kelengkapan produk yang tidak hanya membuat konsumen datang untuk melihat tetapi, untuk menarik minat konsumen untuk membeli. Terlebih lagi jika barang yang konsumen inginkan selalu ada. Maka dari itu, pelaku usaha dibuat keputusan

begitu tepat mengenai suatu produk yang akan ditawarkan, karena adanya berbagai produk mulai dari ketersediaan produk, ukuran, kualitas, sampai merek, hal ini akan memudahkan pelanggan untuk membeli dan memilih berbagai macam produk yang sesuai dari keinginan pelanggan.

Dalam pihak lain pelayanan prima menjadi faktor yang sangat penting bagi perusahaan. Karena pelayanan prima menjadi perantara antara pelayanan dengan konsumen. Sehingga dalam menjalankan kegiatan usahanya pelayanan dalam penjualan harus memahami dan memperdulikan konsumen dengan melayani terbaik dan memudahkan untuk memenuhi keperluan dan mewujudkan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan layanan terbaik tentunya pelanggan akan merasa nyaman dan bahagia ketika berbelanja. dengan demikian pelanggan tidak hanya terpenuhi kebutuhan secara berbelanja saja, namun juga kebutuhan berupa kenyamanan dan kebahagiaan dalam pelayanan. pelayanan merupakan kepentingan dalam menjalankan sebuah usaha, karena tidak jarang pelayanan yang kurang baik membuat suatu perusahaan menjadi gagal dalam mencapai tujuan. Pelayanan prima sangat berpengaruh terhadap sebuah usaha karena dimana pelayanan yang baik akan membuat konsumen yang loyal kepada produsen sehingga konsumen nantinya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang dan merekomendasikan terhadap calon pembeli lainnya. Dengan memberikan pelayanan prima yang berkualitas dari pesaing lainnya akan menciptakan kepuasan tersendiri terhadap konsumen.

Kepercayaan pelanggan terbentuk dari 2 cara berbeda, yaitu formasi langsung maupun tidak langsung. Dasar dari formasi langsung kepercayaan pelanggan terbuat tanpa terjadi keadaan sebelumnya. Kepercayaan terbuat dari mengambil sikap maupun keputusan yaitu saat pelanggan melakukan tahapan informasi baik informasi dari pimpinan langsung ialah sponsor atau informasi sesama konsumen. berdasarkan formasi tidak langsung terdapat kejadian diantara suatu keadaan seperti sikap yang timbul pada suatu ciptaan keadaan lainnya. Seperti contoh, konsumen yang mendahului membeli suatu barang baru setelahnya akan terjadi suatu kepercayaan serta perilaku pelanggan mempercayai suatu kepentingan terhadap perusahaan karena perusahaan belum dapat membangun suatu strategi tanpa adanya kepercayaan.

Proses kepuasan pelanggan tidak bisa terjadi dengan sendirinya, ada beberapa variabel yang mempengaruhinya, salah satunya kenyamanan,

Kenyamanan adalah mengenai periode, ruang, dan penghematan upaya yang dilakukan pelanggan. Di Muhammadiyah Business Center sendiri memiliki jam kerja dari pukul 8 pagi hingga 9 malam, selain itu untuk Muhammadiyah Business Center mempunyai tempat parkir yang cukup luas sehingga tidak ada kemacetan dan dapat memberikan keringanan dan kenyamanan bagi para konsumen, serta dapat membantu untuk menghemat dan mempersingkat waktu.

Pada kepuasan konsumen dapat mempengaruhi dari sikap konsumen berikutnya setelah memakai atau merasakan produk maupun jasa yang ditawarkan, maka dari itu, konsumen yang merasa puas akan mengulang memakai bantuan yang dipromosikan. Yang dinyatakan berdasarkan kepuasan yaitu suatu tingkat rasa seseorang setelah membandingi dengan tahapan produk atau jumlah yang dirasakan oleh pelanggan.

Tabel 1.

Data pengunjung yang melakukan transaksi di Muhammadiyah Business Center Swalayan 2022

NO	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Januari	1080
2	Februari	1136
3	Maret	1180
4	April	1221
5	Mei	1254
6	Juni	1256
7	Juli	1314
8	Agustus	1275
9	September	1270
10	Oktober	1312
11	November	1258
12	Desember	1250
Jumlah Seluruhnya:		14.816

Sumber: Muhammadiyah Business Center Swalayan, 2022

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa kuantitas pengunjung mengalami naik turun setiap bulannya. Dari bulan januari sampai dengan bulan desember dengan rata-rata konsumen yang berkunjung setiap harinya adalah 40 orang. Dengan kuantitas pengunjung yang menyusut diduga disebabkan oleh variabel kepuasan pelanggan yang kurang maksimal yang membuat pengunjung meninjau pesaing swalayan-swalayan sebagai pilihan untuk berbelanja. Jika dilihat dari tabel, penurunan jumlah pengunjung terjadi pada bulan agustus dan September kemudian jumlah pengunjung mengalami kenaikan lagi pada bulan oktober, pada bulan November jumlah pengunjung mengalami penurunan sampai dengan bulan desember.

Berdasarkan dengan latar belakang penelitian yang telah terurai, maka penelitian ini berjudul **"Pengaruh kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah Business Center swalayan di Metro"**

B. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari uraian latarbelakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Kurangnya produk yang tersedia pada Muhammadiyah Business Center Swalayan di Metro
- b. Terdapat pelayanan yang kurang maksimal terhadap konsumen
- c. Terdapat perbedaan antara harga pada label produk dengan harga aslinya, sehingga mengurangi integritas dari kepercayaan konsumen
- d. Kurangnya ketidaknyamanan konsumen terhadap kebersihan pada Muhammadiyah Bussiness Center Swalayan di Metro

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka selanjutnya akan di sampaikan tentang perumusan masalah dalam penelitian ini:

- a. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- b. Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- c. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- d. Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

- e. Apakah kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan, dan kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Adapun dari penelitian ini bertujuan di antaranya:

1. Dapat mengetahui apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2. Dapat mengetahui apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
3. Dapat mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
4. Dapat mengetahui apakah kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
5. Dapat mengetahui pengaruh kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis

Dengan penelitian ini penulis mendapatkan pengalaman nyata dalam rangka mengetahui mengenai pengaruh kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini terdapat hasil yang meningkatkan pemahaman tentang pengaruh kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen. Dari informasi tersebut bisa dipergunakan untuk menentukan hasil yang harus di tempuh perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.

3. Kegunaan akademik

Penelitian ini terdapat hasil yang dapat diharapkan bisa membantu referensi bagi pengembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran, dan penelitian ini dapat dipergunakan untuk mengetahui mengenai tentang perilaku konsumen.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif, yang dilakukan pada toko Muhammadiyah Business Center Swalayan di Metro pada tahun 2022, Muhammadiyah Business Center Swalayan merupakan unit usaha bisnis yang berdiri pada tahun 2014 dalam sektor ritail. yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No. 43 16B Mulyojati Kec. Metro Barat, Kota Metro, Lampung. Hal ini dilakukan untuk memperlihatkan pengaruh kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah Business Center Swalayan di Metro

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri atas:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang penelitian, identifikasi dan rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini akan dijelaskan mengenai deskripsi teori pervariabel, hasil penelitian relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjabarkan tentang metodologi pelaksanaan penelitian yang terdiri dari desain penelitian, tahapan penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini menguraikan gambaran umum dan objek penelitian, hasil penelitian, uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis, deskripsi data hasil kuisioner, uji model analisis, hipotesis statistik, pembahasan dan hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi dari hasil kesimpulan penelitian dan berupa saran.

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN