

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri ritel merupakan industri yang strategis dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia khususnya masyarakat Indonesia. Ritel yang berfokus pada penjualan barang sehari-hari secara garis besar terbagi menjadi dua, yaitu ritel modern dan ritel tradisional. Ritel modern adalah ritel yang memiliki tempat luas, barang yang dijual banyak jenisnya, sistem manajemen terkelola dengan baik menawarkan kenyamanan berbelanja, harga sudah tetap (*fixed*) dan adanya sistem swalayan. Ritel modern menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Departement Store*, *Hypermarket*, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan (membeli barang dengan jumlah yang banyak untuk dijual kembali).

Alfamart dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT) sebagai salah satu perusahaan dalam industri ritel modern yang berupa minimarket dan termasuk perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Alfamart merupakan toko modern yang menjual berbagai macam barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen. Alfamart menjual berbagai produk dan jasa kepada para konsumen untuk keperluan konsumsi pribadi, tetapi bukan untuk keperluan bisnis dengan memberikan upaya terhadap penambahan nilai barang dan jasa tersebut.

Kota Metro adalah salah satu kota di Lampung, Kota ini mulai menunjukkan eksistensinya dalam dunia usaha. Majunya sarana dan prasarana di Kota Metro mendorong para usahawan untuk berinvestasi di Kota Metro. Berikut Daftar Nama Alfamart yang tersebar di beberapa kecamatan di Kota Metro.

Tabel 1. Data Jumlah Alfamart

No	Nama Alfamart
1	Alfamart Imam Bonjol Metro
2	Alfamart Iringmulyo
3	Alfamart A.Yani 3
4	Alfamart Yos Sudarso Metro
5	Alfamart Riyachudu
6	Alfamrt Jl Sukarso
7	Alfamart Jl Imam Bonjol
8	Alfamart Jl. Wolter Mongonsidi
9	Alfamart Diponegoro Metro
10	Alfamart Sutan Syahrir
11	Alfamart Ganjar Agung
12	Alfamart A.Yani.Metro
13	Alfamart Dr Sutomo Metro
14	Alfamart Kota Metro Lampung
15	Alfamart Raden Intan
16	Alfamart Soekarno Hatta 2 Metro
17	Alfamart Margototo
18	Alfamart AH Nasution 67 Metro
19	Alfamart Raya Punggur
20	Alfamart IAIN Metro

Sumber: (www.bisnis.com/articles/kinerja-alfaria).

Di era persaingan yang ketat seperti sekarang pelanggan merupakan seorang yang sangat penting untuk dipertahankan. Oleh karena itu kepuasan seorang pelanggan adalah hal yang utama dalam berlangsungnya sebuah usaha. Dengan membuat pelanggan puas perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan memperoleh laba yang maksimal dalam penjualannya.

Menurut Lupiyoadi (2011:158) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Biaya,. Minimarket sendiri merupakan salah satu bentuk pasar modern (pasar swalayan) dengan menggunakan konsep Store Enviroment, yaitu pengembangan konsep *Place* yang berfokus pada penjualan retail (eceran) dan langsung ke konsumen akhir. Perkembangan minimarket hingga saat ini masih berlanjut tidak hanya di pusat-pusat kota, tetapi terus berkembang ke pinggiran kota serta ke plosok-plosok daerah di Indonesia.

Produk di Alfamart mempunyai jenis yang beraneka ragam, karena konsep dari Alfamart sendiri adalah minimarket yang menyediakan produk berbagai kebutuhan mulai dari kebutuhan pokok seperti beras, telur, gula dan minyak. Selain itu kebutuhan lainnya seperti majalah, mainan anak-anak, perlengkapan alat tulis, dan lain-lain. Dilihat dari segi harga Alfamart memiliki harga yang sesuai dengan nilai produknya, dan harga yang ditawarkan juga merupakan harga yang kompetitif. Sehingga banyak konsumen tertarik membeli di Alfamart. Dari segi promosi Alfamart melakukan kegiatan promosi melalui berbagai media seperti media cetak dan media elektronik. Misalnya Alfamart menerbitkan majalah khusus setiap bulannya untuk mempromosikan produk-produk yang ada di Alfamart. Dari segi distribusinya pihak Alfamart telah melakukan sasaran utama dari keputusan tempat dan distribusi yang memastikan bahwa produk tersedia pada waktu dan tempat yang sesuai dengan keinginan pelanggan sasaran.

Kualitas pelayanan di alfamart merupakan yang terbaik yang dimiliki minimarket di indonesia. Di tahun 2012 ini Alfamart baru saja mendapat penghargaan *Superbrands* 2012 dalam kategori minimarket sebagai minimarket paling diminati masyarakat. *Superbrands* merupakan sebuah badan Internasional yang mengevaluasi sejumlah merek dan *brand positioning* di lebih dari 90 negara. Selain meraih penghargaan *Superbrands* 2012, sebelumnya Alfamart juga meraih penghargaan CSR Award pada tahun 2011 dari salah satu media nasional terkemuka. Ini merupakan satu bukti bahwa program *corporate social responsibility* (CSR) yang selama ini dilakukan Alfamart dapat diterima masyarakat.

Alfamart telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Meskipun demikian, masih sering muncul juga keluhan dari pelanggan terhadap pelayanan *minimarket* Alfamart, termasuk Alfamart Kota Metro. Beberapa kasus terkait kualitas produk, pelayanan, harga yang pernah terjadi ini akan menjadi rujukan. Disini ada beberapa pelanggan yang mengeluhkan bahwa merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Alfamart Metro. Ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan Alfamart Metro ini diantaranya, yaitu: pramuniaga yang kurang ramah dan kurang tanggap dalam melayani pelanggan, uang kembalian yang diberikan oleh kasir kurang, tidak diberikannya *bonus pack* oleh kasir padahal tertera tulisan adanya *bonus pack*.

Kasus pertama dikutip dari www.facebook.alfamartku.com. Kasus ini dialami pada pelanggan yang mengeluhkan tidak diberi *bonus pack* ketika

membeli Torabika capuccino dan uang kembaliannya kurang. Padahal terdapat tulisan beli satu gratis satu. Kasus pertama ini pelanggan kecewa dengan pelayanan karena pramuniaga tidak memberikan *bonus pack* dan jumlah uang kembalian yang diberikan kurang. Pihak Alfamart ini masih kurang teliti dalam melayani pelanggan. Pelanggan merasa dirugikan. Pihak Alfamart seharusnya memberikan *bonus pack* kepada pelanggan dan menghitung ulang uang kembalian yang akan diserahkan kepada konsumen.

Kasus kedua dikutip dari www.facebook.alfamartku.com yang mengeluhkan harga yang tertulis di rak berbeda dengan harga saat di kasir. Minyak sayur 2 liter di rak tertulis harga Rp25.500, tetapi setelah di kasir berbeda lagi harganya menjadi Rp27.600. Sudah sering seperti ini konsumen dirugikan seakan menjebak. Dari kasus kedua, yaitu pelanggan merasa kecewa dengan keterangan harga yang diberikan pihak Alfamart. Harga yang tertulis pada rak berbeda dengan harga saat di kasir. Pelanggan tersebut merasa kecewa karena harga produk yang seharusnya didiskon ternyata tetap normal karena adanya kelalaian dari pihak Alfamart.

Kasus ketiga dikutip dari www.facebook.alfamartku.com Pelanggan mengeluhkan harga produk Alfamart terlalu mahal dibandingkan di warung. Pelanggan merasa kecewa dengan harga produk yang ada di Alfamart. Harga yang diberikan oleh Alfamart ini terlalu mahal dibandingkan dengan harga yang di toko lain. Pelanggan tersebut merasa kecewa karena harga produk yang seharusnya biasanya ia beli di toko murah ternyata waktu membeli di Alfamart jauh lebih

mahal. Berdasarkan contoh kasus yang terjadi, maka menjadi relevan untuk meneliti factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pelanggan *minimarket* Alfamart yang berada di Kota Metro. Hal ini karena minimnya pengaduan atau komplain pelanggan *minimarket* Alfamart kepada perusahaan Alfamart. Dari penjelasan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Di Kota Metro”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dibuat suatu rumusan masalah terkait faktor-faktor yang membuat kepuasan pelanggan berbelanja pada *minimarket* alfamart, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada *minimarket* Alfamart di Kota Metro?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada *minimarket* Alfamart di Kota Metro?
3. Bagaimana pengaruh Emosional terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada *minimarket* Alfamart di Kota Metro?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada *minimarket* Alfamart di Kota Metro?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah yang telah diketahui diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada minimarket Alfamart di Kota Metro
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada minimarket Alfamart di Kota Metro
3. Untuk mengetahui Emosional terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada minimarket Alfamart di Kota Metro
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada minimarket Alfamart di Kota Metro

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti
 - a. Diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, memperluas wawasan, pengalaman dan meningkatkan kemampuan berfikir kritis khususnya mengenai ilmu pemasaran.
 - b. Sebagai bentuk pengaplikasian dari ilmu yang telah diperoleh selama masa kuliah.

2. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, dan sebagai bahan masukan bagi lembaga kampus dalam mengevaluasi kurikulum yang diberikan.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur dalam perkembangan penelitian selanjutnya.

3. Bagi minimarket Alfamart

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi praktek lapangan perusahaan khususnya tentang faktor-faktor kepuasan pelanggan dan dapat dijadikan sebagai dasar menentukan strategi pemasaran selanjutnya.