

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di era perdagangan bebas serta berbarengi perkembangan teknologi yang pesat menimbulkan perlu perubahan strategi bagi setiap perusahaan. Apabila perusahaan tidak dibekali kemampuan dan keunggulan bersaing juga strategi yang memumpuni. Maka perusahaan tidak akan mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini akan menuntut perusahaan untuk menyusun kembali visi misi dalam mewujudkan tujuan perusahaan sebagai bisnis yang strategis.

Dalam menanggapi perubahan yang terjadi secara kompetitif. Hal sekecil apapun itu perusahaan harus memadukannya antara teknologi dan pasar global sebagai serangkaian strategi yang tepat. Sehingga perusahaan dapat menghadapi persaingan bisnis.<sup>1</sup>

Dewasa ini melihat pasar bebas merupakan salah satu dari pelaksanaan kegiatan-kegiatan ekonomi melalui kompetisi bebas<sup>2</sup> yang dilakukannya oleh seluruh perusahaan untuk bertahan dan berkembang juga memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Jadi yang terlihat saat ini perusahaan harus menyadari didasari tren perubahan pola pembelanjaan masyarakat yang bertambah dan terus berubah. Oleh karenanya perusahaan

---

<sup>1</sup> Zoe, *Café & Library Padukan Konsep perpustakaan & Café Luluhkan Konsumen Pelajar* (Jakarta: MarkBiz publish, Edisi. 9, No. 2), 2014: 22.

<sup>2</sup> Aplikasi KBBI V.

perlu memperhatikan dalam meliputi keanekaragaman produk, harga yang kompetitif, dan akses yang mudah.

**Tabel 1.1**

Pola Pembelanjaan Konsumen Masyarakat di Indonesia Tahun 2020

| Aneka   | Jumlah per-unit | Prosentase |
|---|-----------------|------------|
| Perlengkapan Perumahan dan perabotan rumahtangga  | 8.801.201 unit  | 18.2%      |
| Kebutuhan pesta dan Hari Besar                    | 4.707.152 unit  | 9.7%       |
| Kebutuhan Alat kantor dan perlengkapan Pendidikan | 2.223.360 unit  | 1.8%       |
| Pakaian, Alas Kaki dan tutup kepala               | 839.047 unit    | 1.2%       |
| Perawatan Pribadi dan Farmasi                     | 1.112.000 unit  |            |
| Rokok   | 4.239.529 unit  | 4.8%       |
| Makanan ringan                                    | 5.013.859 unit  | 9.8%       |
| Minuman Kemasan                                   | 4.430.036 unit  | 9%         |
| Makanan Segar                                     | 6.384.139 unit  | 12%        |
| Minuman Dingin atau Minuman siap Minum            | 5.495.988 unit  | 10.2%      |
| Keperluan Adonan                                  | 7.611.039 unit  | 14.0%      |
| Produk Bayi                                       | 8.532.555 unit  | 15.3%      |
| Total   |                 | 100%       |

Sumber : Dari CNN Indonesia<sup>3</sup>

Dari tabel 1.1 menggambarkan pola *consumer goods* yang terus berubah-ubah. Hasilnya menunjukkan sentimen berbelanja berupa perlengkapan perumahan dan perabotan rumahtangga, juga produk bayi memiliki pengeluaran belanja rata-rata angka unit yang terjual 9 juta barang. Dan dari prosentase selanjutnya terlihat prosentase pola berbelanja dari kebutuhan pesta dan hari besar, juga dengan keperluan adonan sebesar 14% - 9.7%. Pola pembelanjaan yang kecil dialami minuman dingin atau minuman siap minum, makanan ringan, rokok, kebutuhan alat kantor, perlengkapan pendidikan, pakaian alas kaki dan penutup kepala. Yang masing-masing terjual 839.047 unit - 2.223.360 unit.

Toko Swalayan merupakan industri retail dengan bisnis utamanya penyediaan produk untuk dijual. Produk yang dijual yaitu produk keseharian dan selain itu juga menjual produk belanja, produk khusus maupun produk tak dicari dengan sistem pelayanan dilakukan sendiri serta mewujudkan kepuasan konsumennya melalui relasi dan kekerabatan yang terbaik.<sup>4</sup>

Kualitas pelayanan di SuperTOP Swalayan memberikan kesan yang bagus dalam menjawab harapan bagi pelanggan berbelanja. Pasar Swalayan yang memiliki lahan parkir luas dapat dimanfaatkan perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawannya guna menyambut para pelanggan yang

---

<sup>3</sup> CNN Indonesia.

<sup>4</sup> Elisabet Setiawan, Erwin Suryana, *Aplikasi Terintegrasi Toko Swalayan. (Jurnal Sistem Informasi UKM, Vol. I, No. 1)*, 2006: 17-26.

akan datang ke toko. Sehingga dapat dipastikan ada kualitas pelayanan. Dengan tingginya kinerja karyawan karena bentuk pelayanan terpadu, memiliki standar operasional (SOP) dan jadwal *shift* setiap jam operasional swalayan.

Perbandingan antara toko swalayan SuperTOP dengan swalayan lain. Diantara lain ada Dinasty Swalayan, DHIA mart, Krishna toserba, dan galaxy mart. Berikut tabel 1.2 perbandingan pasar swalayan di pare.

**Tabel 1.2**

Perbandingan Pemberian Pelayanan Pasaraya Pare-Kediri

| SuperTOP Swalayan                | Krishna Toserba          | Galaxy mart              | Dinasti Swalayan         |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Marketing Kit Offline/Online     | -                        | -                        | Marketing Kit Online     |
| Product Knowledge Offline/Online | -                        | -                        | Product Knowledge Online |
| Tata Letak <i>Layout</i>         | Tata Letak <i>Layout</i> | Tata Letak <i>Layout</i> | Tata Letak <i>Layout</i> |
| Filling Data                     | -                        | -                        | Filling Data             |
| -                                | -                        | Keluasan                 | Keluasan                 |
| Lahan Parkir                     | -                        | Lahan Parkir             | Lahan Parkir             |
| Member Card                      | -                        | -                        | -                        |
| Penampilan Karyawan              | Penampilan Karyawan      | Penampilan Karyawan      | Penampilan Karyawan      |
| Acara Khusus Pelanggan           | -                        | -                        | -                        |

| Pembayaran Tunai/Non Tunai        | Pembayaran Tunai   | Pembayaran Tunai | Pembayaran Tunai/non tunai        |
|-----------------------------------|--------------------|------------------|-----------------------------------|
| Informasi Nomor Telepon           | -                  | -                | Informasi Nomor Telepon           |
| Atribut Perusahaan                | Atribut Perusahaan | -                | Atribut Perusahaan                |
| Order Delivery Luar Kota          | -                  | -                | Order Delivery Area               |
| <i>PlayGround/</i> tempat bermain | -                  | -                | <i>PlayGround/</i> tempat bermain |
| Stand Kuliner dan Minuman         | -                  | -                | -                                 |

Sumber: Dari Peneliti 2021.

Dilihat dari tabel 1.2 tersebut memperlihatkan terdapat produsen yang menawarkan produk dan jasa. Dengan tabel diatas menyebutkan bahwa SuperTOP Swalayan mampu memberikan keunggulan juga keanekaragaman dibandingkan dengan perusahaan lain. Adanya pola filling data ATOZ (A-to-Z) yang memberikan alasan pelanggan mengulang berbelanja karena mudah mengingatnya. Juga ada kesamaan akan mengikuti perkembangan teknologi yang dapat memberikan pemangkasan modal bagi Pasar Swalayan. Namun perlunya waktu yang lama bagi Swalayan dalam menarik dan mengikat pelanggan seperti yang terlihat pada tabel 1.2 diatas perusahaan lain tidak ada tambahannya *membercard* dan wiraniaga berupa marketing kit dan product knowledge *offline*.

Layanan *member card* merupakan layanan khusus untuk pelanggan terdaftar SuperTOP bertujuan untuk membina hubungan dan mempertahankan pelanggan yang sudah lama. Oleh karena itu terciptanya hari khusus pelanggan adalah wujud yang sangat baik dan konsisten perusahaan dalam memberikan pelayanan perusahaan. Diberikannya kartu pelanggan untuk memberikan kemudahan baik bagi peluang wiraniaga, stand minuman dan kuliner untuk mendirikan usaha yang saling menguntungkan juga pelanggan yang akan mendapatkan khusus yang ditawarkan superTOP Swalayan.

Adapun dilengkapi berbagai fasilitas agar dapat mendorong pencapaian pemenuhan harapan tertinggi. Dalam pemberiannya guna lebih lama berbelanja, bermain sampai bersantai berupa fasilitas utama dan pendukung, ada perlengkapan pelayanan, serta akomodasi, *tools*, alat bantu, *product knowledges*, mesin, peralatan, teknologi, WC, ruang, gedung, dan sebagainya.

Menurut Fandi Tjiptono (1998), peningkatan kualitas layanan adalah salah satu dari rancangan pemasaran perusahaan terhadap pemuasan konsumen. Guna menciptakannya perusahaan harus menawarkan produk atau jasa yang dapat diterima dan dirasakan oleh konsumen hingga sampai melebihi harapan tentu konsumen akan merasa semakin puas.<sup>5</sup>

Kepuasan adalah adanya rasa senang atau kecewa dari tiap seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan dan pengalaman

---

<sup>5</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI YOGYAKARTA, 1998), 24.

kinerja atau hasil suatu produk dan jasa terhadap harapan-harapannya yang ditawarkan perusahaan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen merasa puas, jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.<sup>6</sup> Kepuasan yang didapatkan dari mereka, akan bisa memberikan sumbangsih terhadap perusahaan, diantaranya akan mendorong terciptanya kesetiannya konsumen dan reputasi perusahaan akan semakin tinggi bagi masyarakat, khususnya bagi para konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami harapan konsumen baik hasil atas produk atau jasa diberikan.

**Tabel 1.3**

Perkembangan Jumlah Member Card Sahabat TOP

| Tahun | Jumlah | Visit Return |
|-------|--------|--------------|
| 2018  | 5.699  | 4.210        |
| 2019  | 8.694  | 11.822       |
| 2020  | 9.859  | 22.550       |

Sumber : K-CS 2021<sup>7</sup>

Terteranya tabel 1.3 menunjukkan angka perkembangan jumlah *member card* SahabatTOP dari 2018 terus mengalami kenaikan yang dikarenakan hubungan dan ketahanan pelanggan sangatlah serius diperhatikan oleh perusahaan.

Jadi, dengan diakibatkan angka yang naik pelanggan SuperTOP Swalayan memilih karena banyak manfaat selain dapat mengikuti acara

<sup>6</sup> Ibid., 26.

<sup>7</sup> Tabel komputerisasi SuperTOP Swalayan

husus pelanggan namun juga dapat didapatkan baik keuntungan langsung dari hasil berbelanja juga dapat digunakan berbelanja kembali ke beberapa product-product skala mikro yang telah bekerjasama perusahaan dalam waktu tertentu. mengikuti acara khusus pelanggan baik di dalam gedung maupun diluar gedung swalayan yang tiap 2 bulannya diselenggarakan dapat dibelanjakan dari produk yang diinginkan TOPGroup. Dengan jumlah keseluruhan sampai saat ini 24 ribu pelanggan SahabatTOP.

Menurut Lupiyoadi ada lima perkara penentuan utama yang perlu dipahami ada kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, emosional, kualitas produk, harga dan biaya.<sup>8</sup> Berdasarkan observasi para pelanggan dalam melakukan pengunjungan dan pembelian pada SuperTOP Swalayan dapat dikatakan sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
Faktor-Faktor Penentuan Kepuasan Pelanggan

| No | Faktor-Faktor Yang Menentukan Kepuasan Pelanggan | Penilaian Responden | Persentase |
|----|--|---------------------|------------|
| 1  | Kualitas Produk                                  | 9                   | 25%        |
| 2  | Kualitas Pelayanan                               | 14                  | 55%        |
| 3  | Emosional  | 5                   | 4%         |
| 4  | Harga  | 7                   | 12%        |
| 5  | Biaya atau Kemudahan                             | 5                   | 4%         |

<sup>8</sup> Zainuddin, dkk., "PENGARUH CITRA SWALAYAN (KUALITAS PRODUK, HARGA, LINGKUNGAN FISIK, PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA PADA DINOYO SWALAYAN MALANG", *JEMA Vol. 11 No. 1 Agustus 2013*, 150.



|       |    |      |
|-------|----|------|
| Total | 40 | 100% |
|-------|----|------|

Sumber: Data Primer, diolah

Tabel diatas tersebut setelah melakukan pengamatan 40 konsumen yang melakukan berbelanja dan pendaftaran *membercard*ShabatTOP di SuperTOP Swalayan. Bahwa dapat diambil dari hasil ketentuan, angka yang paling besar dari penilaian responden tersebut adalah kualitas pelayanan.

Berdasarkan konteks latar belakang diatas, penulis tertarik guna melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SuperTOP Swalayan Pare-Kediri”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan SuperTOP Swalayan ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan SuperTOP Swalayan ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen SuperTOP Swalayan ?

## **C. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan SuperTOP Swalayan.
- b. Untuk menegetahui angka kepuasan konsumen SuperTOP Swalayan.

- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen SuperTOP Swalayan.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah suatu prediksi atas hasil yang diharapkan peneliti. Kebenaran prediksi penelitian ini diambil dari literatur-literatur sebelumnya yang dibuat dari jawaban terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan kebenaran harus diuji kembali secara empiris. Sehingga pada permasalahan penelitian yang dengan teoritis dianggap tingkatan ketepatannya tertinggi.<sup>9</sup>

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.  $H_a$  : Diduga adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan SuperTOP Swalayan.
2.  $H_0$  : Diduga tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan SuperTOP Swalayan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Guna memperoleh pengetahuan dan pengalaman dibidang ekonomi khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta sebagai syarat untuk menempuh gelar S1 Ekonomi Syariah IAIN Kediri.

2. Bagi IAIN Kediri

---

<sup>9</sup> John W. Creswell, *Research Design*, terj. Achmad Fawaid dan Rianayati Kusmini Cet. 4 (empat), (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019), 195.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap IAIN Kediri dalam meningkatkan penelitian, pengabdian dan pengkajian dalam bidang ilmu ekonomii khususnya berkaitan dengan masalah angka kepuasan konsumen.

### 3. Bagi Objek Penelitian

Sebagai konfirmasi harapan dan tolakukur bagi owner dan pimpinan perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang mantap untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan juga meningkatkan harapan pelanggan khususnya kualitas pelayanan dari output perusahaan yang dikelolanya.

### 4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai petunjuk untuk penelitian berikutnya, terutama yang berkaitan adanya kontribusi pada laba perusahaan dibidang bisnis strategis.

## **F. Telaah Pustaka**

Peneliti telah melaksanakan kajian terhadap penelitian terdahulu, sekaligus melacak beberapa repository tentang jurnal dan skripsi dari berbagai seluruh perguruan tinggi di Indonesia. Berkaitan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telah banyak digunakan. Karenanya variabel kualitas pelayanan sangat penting dari bagian kontribusi bisnis yang strategis.

1. Noviyarsi<sup>10</sup> (2012), mengajukan penelitiannya tentang “Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Swalayan.” Dalam penelitiannya menggunakan objek citra swalayan padang sebagai permasalahan penelitiannya. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa angka tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen citra swalayan padang memiliki angka dibawah harapan konsumen.

Jadi, penempatan dalam penelitian saya adalah melengkapi penelitian diatas, yang mana sama-sama penelitiannya menggunakan metode kuantitatif dengan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dalam penelitian yang dapat membedakannya objek penelitian dan waktu penelitian.

2. Anif Wahyudah<sup>11</sup> (2014), memfokuskan penelitiannya berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan”. Objek penelitian ini berada di Sadro Swalayan Kota Malang. Dengan pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dengan hasil parsial dan simultan. Sehingga terlihat dari koefisien determinan sendiri memiliki angka 0,044 menunjukkan kepuasan dari konsumen di Sardo Swalayan Kota Malang.

---

<sup>10</sup> Noviyarsi, “Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Swalayan”, *Jurnal (Padang: Fakultas Teknologi Industri-Universitas Bung Hatta, 2012)*, 9.

<sup>11</sup> Anif Wahyudah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sardo Swalayan Kota Malang*, (Malang: UIN MALANG Publish, 2016),

3. Arif Affandi (2018)<sup>12</sup>, menguraikan penelitiannya yang berkaitan dengan “Peranan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri”. Terlihat bahwa penelitian yang digunakan merupakan pendekatan kualitatif yang mana pengambilan data melakukan wawancara dan dokumentasi pada AGEN JNE di Gurah – Kediri. Hasil penelitiannya, dalam melalui wawancara sejumlah 28 pelanggan menilai cukup baik, sedangkan kurang baik di nilai oleh 2 pelanggan. Disimpulkan JNE AGEN di Gurah – Kediri tetap mengutamakan peranan kualitas pelayanannya dengan begitu loyalitas pelanggan agar tetap terjaga.

Perbedaan penelitiannya terdapat pada penggunaan pendekatan penelitian yakni metode penelitian kuantitatif penggunaan penelitiannya menyebarkan angket dan menginput data dalam bentuk angka serta menganalisis data. Kesamaan yang dimiliki penelitian ini ada penguraian kualitas pelayanan yang sama-sama mementingkan keberadaan pelanggan. Dalam penempatan penelitian saya adalah kemudahan dan ketepatan mengambil data dan diolah menggunakan *software* SPSS *type* IBM 21 saat pengambilan data menggunakan penyebaran kuesioner secara acak.

---

<sup>12</sup> Arif Affandi, *Peranan Kualitas Peayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri*, (Kediri, Skripsi IAIN Kediri 2018), 78-79.

4. Dewi Arlen<sup>13</sup> (2009), dalam penelitiannya dengan judul “Pengaruh Lingkungan Fisik dan Antrian Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus pada Bengkel Motor AHHAS 2592 MONZA PRIMA YOGYAKARTA”, Hasil penelitian yang ditulis pada skripsinya menyatakan bahwa angka lingkungan fisik dan antrian pelayanan memiliki angka negatif berarti adanya kolerasi yang rendah dan berada dibawah harapan konsumen.

Jadi, penempatan dalam penelitian saya adalah melengkapi penelitian diatas, yang mana sama-sama penelitiannya menggunakan metode kuantitatif dengan variabel Y yakni kepuasan pelanggan. Hal ini dalam penelitian yang dapat membedakannya variabel X (Kualitas Pelayanan), objek penelitian dan waktu penelitian.

5. Dewi Idayanti (2020)<sup>14</sup>, mengidentifikasi penelitiannya berjudul “Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”. Dalam penelitiannya subjek konsumennya adalah minyak goreng fortune pada TOP Swalayan Pare – Kediri. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen minyak goreng fortune menilai harga pada TOP Swalayan Pare – Kediri tergolong cukup baik yaitu 64.85%. Prosentase tersebut konsumen menilai harga

---

<sup>13</sup> Dewi Arlen, *Pengaruh Lingkungan Fisik dan Antrian Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Bengkel Motor AHHAS 2592 MONZA PRIMA Yogyakarta*, (Yogyakarta: Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2009), 68-70.

<sup>14</sup> Dewi Idayanti, *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, (Kediri: ethecess IAIN Kediri, 2020), 86-87.

yang diberikan terbilang masih mampu sampai kalangan menengah kebawah.

Dalam memposisikan penelitian saya adalah menambahkan faktor *determine* dari kepuasan pelayanan yakni kualitas pelayanan, hal ini terlihat kesamaan pada penelitiannya menggunakan metode kuantitatif dengan variabel (Y) kepuasan konsumen dan sebagai objek penelitian masih dalam satu perusahaan yaitu TOP Group. Yang dapat membedakannya waktu penelitian, lokasi penelitian dan penggunaan variabel (X) yakni kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SuperTOP Swalayan pare – kediri.

