

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Pertumbuhan bisnis minimarket yang ada di Indonesia berkembang sangat pesat dan cepat. Hal ini juga menimbulkan persaingan yang cukup ketat antara minimarket yang satu dengan yang lainnya. Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, mengetahui minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen, mengetahui kualitas produk, mengetahui kualitas layanan, serta mengetahui kualitas lingkungan fisik dari minimarket. Minimarket serta retail modern (seperti hypermart dan supermarket) saat ini sedang banyak diminati konsumen untuk berbelanja, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dengan adanya minimarket di berbagai daerah dan kota memudahkan para konsumen untuk melakukan pembelian dan harus memilih lokasi yang strategis dan mudah untuk dijangkau untuk mendukung para konsumen dalam berbelanja.

Menurut Amin & Mahasan (2019) mengapa konsumen lebih memilih berbelanja di toko retail modern? Karena berbelanja di toko retail modern memiliki tempat yang cukup luas, ketersediaan barang yang cukup banyak, kebersihan dengan adanya tambahan fasilitas hiburan. Dengan adanya toko ritel modern seperti supermarket besar (hypermart, lotte, dll) membuat para pembisnis kecil seperti minimarket kurang diminati oleh beberapa konsumen. Rata – rata

menurut konsumen, mereka lebih puas berbelanja ditoko yang lebih besar karena beberapa alasan yaitu : barang yang dicari mudah ditemukan karena sudah tertata rapi, jumlah ketersediaan barang lebih banyak, tempat berbelanja nyaman, memiliki beberapa fasilitas yang lebih unggul daripada minimarket, serta harga lebih murah jika berbelanja dalam jumlah yang cukup banyak. Hal ini dapat merusak pangsa pasar pada bisnis minimarket dengan berkembangnya bisnis ritel modern sekarang ini.

Bisnis retail yang berada di Nusa Tenggara Barat khususnya yang berada di lombok saat ini masih cukup berkembang dengan pesat. Pesatnya pertumbuhan bisnis retail menimbulkan tantangan persaingan dalam bidang pemasaran produk antar pelaku usaha meningkat cukup tajam. Dalam mengembangkan usaha minimarket tidak membutuhkan modal yang cukup banyak hanya membutuhkan modal yang relatif kecil, berbeda halnya dengan usaha supermarket yang membutuhkan modal yang cukup banyak dan relatif membutuhkan modal yang tidak sedikit. Dengan adanya hal tersebut membuat bisnis minimarket yang berada di lombok dapat berkembang dengan baik dan pesat, hampir selalu ada dan tersedia di tempat-tempat yang cukup strategis.

Masyarakat yang berada di lombok NTB memiliki sifat yang konsumtif yang cukup tinggi hal ini menyebabkan minat beli produk yang dilakukan konsumen yang ditawarkan oleh minimarket maupun supermarket. Dengan sifat masyarakat yang konsumtif mendorong masyarakat untuk bergerak dalam bisnis retail dan megembangkan modal mereka untuk membuka usaha dalam bisnis retail.

Berkembangnya bisnis retail yang ada di Lombok NTB, sekarang ini semakin banyak bisnis retail minimarket yang terus berkembang di setiap desa maupun kota seperti contohnya minimarket melati, alfamart dan indomaret. Persaingan yang cukup ketat oleh pengecer untuk memperebutkan pembeli. Pesatnya pertumbuhan sistem waralaba minimarket juga berdampak pada tingginya persaingan serta permasalahan baru bagi toko ritel tradisional. Hal ini membuat para manajer mencoba untuk memberikan keunggulan dalam melakukan persaingan, manajer toko ritel memberikan keunggulan kompetitif mereka agar berhasil menarik konsumen. Pengecer dapat melakukan promosi yang berbeda seperti memperlihatkan kualitas produk yang lebih unggul, memberikan potongan harga yang cukup menarik, dan memberikan layanan yang ramah agar dapat menarik konsumen

Penerapan strategi pemasaran sangat penting di dalam bisnis retail untuk dapat menciptakan keunggulan dalam persaingan bisnis. Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan serta menyampaikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan. Permasalahan yang muncul dalam bisnis minimarket biasanya adalah harga yang di berikan kepada pelanggan tidak sesuai dengan kualitas produknya maka dengan ketidaksesuaian harga yang diberikan akan membuat pelanggan merasa tidak nyaman untuk berbelanja kembali di minimarket tersebut. Layanan yang diberikan kepada pelanggan juga kurang baik akan menyebabkan pelanggan merasa dirinya tidak dihargai dan hal tersebut dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Jika kualitas lingkungan fisik dari minimarket tersebut juga kurang bersih dan membuat pelanggan merasa

kurang nyaman akan memengaruhi kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan tidak akan kembali melakukan pembelian di minimarket tersebut.

Bisnis retail adalah kegiatan bisnis yang dilakukan untuk menyelesaikan pertukaran barang dan jasa untuk keperluan pribadi, keluarga, atau rumah tangga, baik yang dilakukan di dalam toko atau dengan beberapa bentuk penjualan non toko. Toko ritel adalah setiap badan usaha yang volume penjualannya terutama bersumber dari eceran. Melihat persaingan yang dilakukan oleh pengelola minimarket untuk unggul melalui penawaran produk yang berkualitas, potongan harga untuk dapat mempertahankan dan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam bisnis minimarket. Dilihat dari beberapa masyarakat atau beberapa orang menunjukkan bahwa beberapa konsumen tertarik berbelanja pada minimarket yaitu karena harga yang cukup terjangkau, banyaknya mendapat potongan harga saat berbelanja, serta letaknya yang strategis, dan barang yang dibutuhkan selalu tersedia.

Adanya beberapa faktor yang dilakukan untuk mengguguli bisnis minimarket tersebut belum menjamin untuk dapat menarik pelanggan agar berbelanja di minimarket tersebut, karena tidak semua masyarakat ingin dapat potongan harga yang tinggi tetapi kualitas produk yang diberikan kurang baik seperti produk tersebut akan kadaluarsa, makanan yang diberikan potongan harga tersebut memiliki bau yang kurang sedap dan lain-lain. Jadi ketika memberikan potongan harga pada suatu produk juga dapat mempertimbangkan produk yang akan di berikan potongan harga layak atau tidak.

Subjek dalam penelitian ini meneliti bagaimana persepsi harga, kualitas layanan, kualitas makanan / produk, dan kualitas lingkungan fisik dapat mempengaruhi perilaku pelanggan. Jika bisnis minimarket dapat memahami perilaku pelanggan dengan lebih baik dan membuat strategi pemasaran untuk membuat pelanggan tetap puas, bahagia, nyaman dan menjadi pelanggan yang setia.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dilihat adanya permasalahan yang terjadi. Maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah kualitas makanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan?
2. Bagaimanakah kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan ?
3. Bagaimanakah lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Bagaimanakah harga yang dirasakan pada kualitas makanan?
5. Bagaimanakah harga yang dirasakan pada kualitas layanan?
6. Bagaimanakah harga yang dirasakan terhadap kualitas lingkungan fisik?
7. Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

8. Bagaimanakah kepuasan pelanggan terhadap kebahagiaan ?
9. Bagaimanakah pengaruh kebahagiaan terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan pada
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengetahui harga yang dirasakan pada kualitas makanan
5. Untuk mengetahui harga yang dirasakan pada kualitas layanan
6. Untuk mengetahui harga yang dirasakan pada kualitas lingkungan fisik
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
8. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kebahagiaan
9. Untuk mengetahui pengaruh kebahagiaan terhadap loyalitas pelanggan

1.3.1 MANFAAT PENELITIAN

Dengan adanya latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Dapat dilihat juga adanya manfaat dilakukannya penelitian ini adalah :

a. Manfaat Praktis

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, dan masukkan dalam memulai usaha minimarket serta beberapa strategi untuk menarik minat beli konsumen serta apa yang di butuhkan konsumen dalam melakukan pembelian dalam sebuah toko maupun minimarket

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kegunaan teoritis, serta dapat memanfaatkannya sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang “strategi minimarket dengan mendorong minat beli konsumen, kualitas produk, kualitas layanan dan kualitas lingkungan” pada semua kalangan. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan, referensi, dan sumber informasi bagi penelitian selanjutnya.

1.4 SISTEMATIKA PENELITIAN

a. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini di jelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

b. BAB II DASAR TEORI

Dalam bab ini di jelaskan mengenai landasan teori yang mendukung penelitian, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian

c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini di jelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu metode pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, dan pengukuran variabel, teknik analisis data

d. BAB IV ANALISIS DATA

Dalam bab ini di jelaskan mengenai hasil dan pembahasan tentang analisis, pengujian terhadap jawaban responden dari kuesioner, hasil penelitian dan hasil olah data berdasarkan pada pengembangan hipotesis serta pembahasan dari hasil penelitian

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini di jelaskan mengenai kesimpulan secara keseluruhan dari penelitian dan memberikan saran yang tepat untuk mengisi kekurangan dalam penelitian tersebut.