

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kegiatan dunia usaha seperti supermarket sudah menjadi suatu fenomena dan perhatian yang menarik. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam bisnisnya agar bisa bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul loyalitas dalam pikiran konsumen.

Penyediaan barang konsumen merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan di atas, usaha seperti ini sering disebut dengan ritel atau pengecer. Ritel merupakan suatu kegiatan pemasaran produk, baik barang maupun jasa, yang dilakukan secara eceran atau satuan langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan rumah tangga atau pribadi, bukan untuk dijual kembali. Pemasar harus mampu mempengaruhi para konsumen agar memilih produk mereka mengingat banyaknya pesaing yang juga menjalankan bisnis yang sama. Loyalitas pelanggan merupakan situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama [1]. Kasimura Supermart merupakan salah satu bisnis ritel di Kota Medan yang menjadi salah satu pilihan pelanggan dalam berbelanja, terutama berbelanja bulanan untuk kebutuhan keluarga maupun individu. Bukan hanya tempat yang nyaman untuk berbelanja, Kasimura Supermart memiliki keragaman produk dari makanan, minuman, peralatan rumah tangga, produk kecantikan, peralatan ATK, produk kebersihan, aksesoris, dan bahan kue.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam loyalitas pelanggan adalah harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan. Harga merupakan salah satu unsur

bauran pemasaran yang paling mudah untuk disesuaikan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut [2]. Faktor harga sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan dalam mencapai loyalitas pelanggan, murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual oleh perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Kasimura Supermart memberikan penawaran harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan Supermarket lain, adanya potongan harga yang diberikan sehingga membuat konsumen tertarik untuk berbelanja.

Berikut adalah daftar perbandingan harga dari Kasimura Supermart dan Alfamidi.

Tabel 1.1 Daftar Perbandingan Harga Kasimura Supermart dan Alfamidi

Nama Produk	Ukuran	Kasimura Supermart	Alfamidi
Frisian Flag White (kaleng)	490gr	12.550	10.200
Milo 3 in 1	700gr	80.650	73.200
Ovaltine 3 in1	494gr	57.350	49.900
Indomie Kuah	75gr	2.450	2.500
Indomie Goreng	91gr	2.450	2.500
Kong Guan Sugar Puff Crackers	270gr	9.850	11.900
Keju Kraft Cheddar	150gr	22.550	23.100
Sambal Asli ABC Botol	335ml	11.250	15.000
Minyak Goreng Sunco	2 ltr	25.450	25.500

Tabel 1.1 Sambungan

Nama Produk	Ukuran	Kasimura Supermart	Alfamidi
Sirup Kurnia Raspberry	600ml	17.850	18.900
Downy Sunrise Fresh	250ml	11.390	11.100
Mama Lime Green Tea	800ml	10.900	16.500
Attack Jaz1	900gr	13.850	15.700
Rejoice shiny Black Shampoo	170ml	18.207	22.800
Clean & Clear Toner	100ml	13.950	17.600
Marina Natural Lotion	350ml	10.690	12.600
Tissue Paseo	250's	13.450	17.200
Champ Sosis Ayam	500gr	25.390	27.000

Sumber: Kasimura Supermart Krakatau Medan dan Alfamidi (2019)

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Kasimura Supermart memiliki rata-rata harga yang lebih murah dibandingkan Alfamidi, dimana dapat dilihat pada produk *groceries* dan *non food* seperti Indomie, Keju Craft, Sambal ABC, Sirup Kurnia, Rejoice Shampoo, Clean & Clear Toner, Tissue Paseo . Tetapi ada juga produk yang ditawarkan lebih tinggi yaitu pada produk susu seperti susu Kaleng Frisian Flag, Milo, dan Ovaltine. Tingginya harga pada produk susu disebabkan oleh faktor banyaknya quantity yang dipesan pada Alfamidi untuk memenuhi kebutuhan pada masing-masing cabang. Oleh karena itu harga beli jauh lebih murah. Sedangkan pada Kasimura Supermart quantity beli tidak terlalu banyak sehingga menyebabkan harga beli jauh lebih tinggi.

Selain harga, keragaman produk juga merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh pembisnis ritel jika ingin mendapatkan loyalitas pelanggan. Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalam, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko [3]. Keragaman dalam sebuah produk diharapkan dapat memberikan dorongan dan pilihan bagi pelanggan untuk membeli produk yang saling melengkapi dalam

berbelanja. Penyediaan keragaman produk yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Dengan tersedianya keragaman jenis produk kemungkinan terpenuhi kebutuhan konsumen pun lebih besar sehingga konsumen tidak perlu menghabiskan waktu dan tenaga untuk mencari produk yang diinginkan. Produk yang ditawarkan Kasimura Supermart pun bervariasi mulai dari produk kecantikan, kesehatan, perlengkapan rumah tangga, ATK, hingga produk makanan berupa buah dan sayur segar disediakan. Meskipun secara umum produk yang ditawarkan Kasimura Supermart terbilang sudah lengkap, akan tetapi ada juga produk yang tidak lengkap salah satunya pada produk ice cream, dan buah potong dimana jenis produk ice cream yang ditawarkan pada Alfamidi lebih bervariasi dibandingkan dengan Kasimura Supermart, begitu juga pada buah-buahan nya.

Selain harga dan keragaman produk, kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan [4]. Kualitas pelayanan merupakan kunci kesuksesan suatu perusahaan terutama di bidang ritel. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing perusahaan ritel. Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen. Pelayanan yang ditawarkan Kasimura Supermart yaitu adanya jasa menitipan barang, sikap pelayan saat melayani konsumen baik dan ramah begitu juga dengan pelayanan saat pembayaran dikasir sudah cukup baik dan cepat, sehingga konsumen tidak terlalu lama mengantri yang akan membuat konsumen merasa bosan menunggu. Dan jika konsumen membutuhkan karyawan seperti bertanya tentang produk dan lainnya, karyawan tersebut memberikan respon yang baik dan kinerjanya juga cepat. Akan tetapi, ada juga karyawan yang lalai dalam melakukan pekerjaannya seperti mereka lupa mencantumkan harga khususnya pada produk yang harus ditimbang terlebih dahulu dimana pada saat setelah

penimbangan harga untuk produk tersebut, karyawan lupa untuk mencatatkan harganya sehingga konsumen bertanya kembali kepada karyawan.

Berbagai macam pusat perbelanjaan eceran bermunculan dengan berbagai macam bentuk dan ukuran. Beberapa contoh bentuk pusat perbelanjaan eceran misalnya Minimarket, Supermarket, dan Hypermarket. Maka dari itu Kasimura Supermart harus siap bersaing dengan kompetitor berat mereka seperti: Brastagi Supermarket, Pasar Swalayan Maju Bersama dan lain sebagainya yang bergerak di bidang yang sama yang berada di kota Medan, dengan pihak Kasimura Supermart yang memperhatikan faktor-faktor yang dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan merupakan tiga faktor yang harus diperhatikan perusahaan. Loyalitas pelanggan akan tercapai jika perusahaan memperhatikan dan melakukan dengan baik ketiga faktor tersebut. Loyalitas pelanggan dapat tercermin dari kebiasaan konsumen dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara terus-menerus dengan berulang-ulang. Konsumen yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu perusahaan maka konsumen tidak akan mempertimbangkan perusahaan lain. Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu produk atau perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, serta tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan sangatlah mempengaruhi kemajuan usaha sebuah perusahaan karena biaya yang dibutuhkan untuk menarik satu orang konsumen jauh lebih besar bila dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan satu orang konsumen yang loyal. Kehilangan konsumen akan membuat perusahaan bangkrut. Oleh karena itu, perusahaan harus tetap menjaga dan mempertahankan para konsumennya dengan cara meningkatkan loyalitas.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ **Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kasimura Supermart Krakatau Medan**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kasimura Supermart?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kasimura Supermart?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kasimura Supermart?
4. Apakah harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan Kasimura Supermart?

1.3. Ruang Lingkup

Adapun Ruang Lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Terikat : Loyalitas Pelanggan
2. Variabel Bebas : Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan
3. Objek Penelitian : Kasimura Supermart Jl. Krakatau Medan
4. Periode Pengamatan : Tahun 2019

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kasimura Supermart.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kasimura Supermart.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kasimura Supermart.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kasimura Supermart.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan ini peneliti berharap dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan bagi para peneliti lainnya dalam bidang pemasaran khususnya mengenai analisis pengaruh harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, yang akan melakukan penelitian pada topik yang sama mengenai materi yang terkandung dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian diharapkan sebagai sumber informasi yang bermanfaat bagi Kasimura Supermart ketika menentukan harga, keragaman produk, maupun metode kualitas pelayanan dalam usaha menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai sumber pendapatan secara berkesinambungan.

1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Sugeng Widodo (2018) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ahad Mart Cinere” [5].

Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel kualitas pelayanan sedangkan penelitian ini menggunakan variabel harga, variabel keragaman produk, serta variabel kualitas pelayanan. Penelitian ini menambahkan variabel harga dan variabel keragaman produk karena harga dapat menentukan keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut [2]. Sedangkan keragaman produk mempunyai hubungan yang erat pada loyalitas pelanggan. Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan, juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko [3]. Dengan menetapkan harga yang sesuai dan adanya kelengkapan pada produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian berulang.

2. Penelitian sebelumnya mengambil loyalitas pelanggan pada Ahad Mart Cinere, sedangkan penelitian ini mengambil tentang loyalitas pelanggan pada Kasimura Supermart.
3. Periode penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2018, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2019.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL