

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan dalam bidang industri, dagang, dan jasa sangat berperan penting dalam perkembangan perekonomian di suatu negara. Perkembangan perekonomian di suatu negara mampu memberikan perubahan yang berarti dan bermanfaat bagi kehidupan masyarakat. Perubahan kondisi perekonomian di Indonesia juga memberi dampak peningkatan bisnis ritel atau eceran. Hal ini ditandai dengan semakin banyak macam bisnis ritel yang bermunculan terutama di kota-kota besar di Indonesia dengan konsep *one stop shopping*, yang akan memenuhi segala kebutuhan berbelanja hanya di satu tempat saja (Ma'ruf 2005:24) selain itu juga ada bisnis ritel berdasarkan skala penjualan yang dimulai dari yang berskala besar maupun skala kecil.

Maka setiap orang yang melakukan kegiatan bisnis ritel harus memiliki serta menerapkan strategi yang tepat untuk melakukan pengembangan usaha. Dalam era persaingan usaha ritel yang semakin kompetitif pada saat ini, banyak para pelaku bisnis yang ingin menjadi nomor satu dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh kepada para konsumen atau pelanggannya. Syarat utama yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan agar bisa memperoleh kesuksesan dalam menjalani persaingan dalam bisnis ritel khususnya adalah dengan cara memiliki pelayanan yang

baik, memiliki produk yang lengkap serta mempertahankan para pelanggan dengan membuat citra yang baik bagi para konsumen yang pada akhirnya akan memberi dampak loyalitas yang berkelanjutan. Hal tersebut dapat dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang serta jasa yang diinginkan konsumen. Kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan karena kegiatan tersebut mencakup beberapa atribut seperti kelengkapan produk, kualitas produk, pelayanan, harga, lokasi, dan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli (Engel & Paul, 2001:251).

Agar konsumen dapat tertarik untuk mengunjungi dan melakukan transaksi pada sebuah toko itu merupakan hal yang tidak mudah, mengingat bahwa konsumen datang ke toko atau warung mempunyai tujuan dan motif yang berbeda mulai dari sekedar membeli kebutuhan, atau mencari produk yang tidak tersedia di toko atau warung yang sebelumnya dia kunjungi. Sangat penting bagi sebuah toko ataupun warung untuk memiliki strategi yang tepat untuk memikat konsumen melakukan transaksi. Berbagai atribut yang dimiliki toko atau warung tersebut merupakan sebuah potensi yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi yang baik guna menjaring konsumen (Mulyani, 2009:100).

Engels dalam Raharjani (2005:6) mengemukakan bahwa keragaman produk merupakan kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas,

dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk setiap saat di toko, sedangkan Kotler (2003:347) menjelaskan bahwa kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.

Para konsumen kini mempunyai tuntutan yang jauh lebih beragam dan lebih besar karena dihadapkan pada berbagai macam pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini para penjual harus bisa memberikan kualitas produk yang terbaik bagi konsumen. Begitu pula dengan kelengkapan produk yang ditawarkan (*variety*) juga akan sangat mempengaruhi minat beli pada konsumen dan loyalitas konsumen

Raharjani (2005:6), mengemukakan bahwa konsumen akan cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang lebih bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, kualitas, luas, dan keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual. Ketersediaan barang dalam suatu toko atau warung meliputi berbagai variasi merek yang banyak, tipe dan ukuran kemasan barang yang dijual, macam-macam rasa dari suatu produk. Bagi sebuah toko ataupun warung kelengkapan produk merupakan salah satu faktor yang penting untuk menarik daya beli konsumen. Walaupun banyak faktor yang mempengaruhi seperti letak lokasi ataupun harga yang sedikit lebih mahal dari toko atau warung yang lain, tetapi karena kelengkapan produk yang dijual toko atau warung tersebut, maka dapat menarik banyak para konsumen. Semakin

lengkap sebuah toko atau warung maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian produk di toko atau warung tersebut ataupun merekomendasikan kepada orang lain bahwa warung atau toko tersebut memiliki produk yang lengkap.

Selain itu Raharjani (2005:5) juga mengemukakan tentang pelayanan suatu kegiatan yang dilakukan untuk keperluan orang lain. Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, cepat hilang, dan tidak berwujud, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki serta pelanggan lebih berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Apabila fasilitas pelayanan yang diberikan sebuah toko atau warung itu baik, penjual ramah, berbicara dengan sopan, menggunakan pakaian yang rapi dan sopan, melayani konsumen dengan baik maka secara menyeluruh itu semua merupakan pertimbangan-pertimbangan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di suatu toko atau warung.

Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan. Sehingga kualitas layanan yang baik serta kepuasan pelanggan tersebut dapat mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya. Kualitas layanan merupakan permulaan dari kepuasan konsumen. Konsumen di dalam menentukan kualitas layanan tidak hanya berdasarkan dari hasil suatu layanan tersebut tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan

tersebut. Service quality is the customer perception of the superiority of the service (Zeithaml Berry & Parasuraman dalam Yang dkk 2004). Hal ini berarti bahwa kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh persepsi pelanggan, oleh karena itu maka perusahaan harus berusaha untuk dapat memberikan layanan yang terbaik agar bisa memenuhi bahkan mampu melampaui kebutuhan pelanggan agar tercapai kepuasan.

Perkembangan perekonomian Indonesia yang dinamis ini juga terus menghiasi usaha di Jawa Tengah khususnya Kota Semarang. Upaya yang dilakukan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dilakukan oleh setiap perusahaan dengan menggunakan strategi dan cara yang baik dengan harapan konsumen merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang sebagai timbal baliknya. Apabila seorang konsumen telah berubah menjadi pelanggan yang loyal karena kepuasannya terpenuhi, maka konsumen tersebut tidak akan beralih ke warung atau toko lain sejenis.

Pengalaman yang didapatkan konsumen dari suatu produk atau jasa yang didapatkan dari warung atau toko yang baik akan menimbulkan kesan positif yang menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan apa yang diinginkannya, sehingga konsumen akan loyal terhadap warung ataupun toko dimana tempat ia membeli suatu produk atau jasa. Warung atau toko tidak dapat mengabaikan pendapat atau masukan dari pelanggan karena keberadaan pelanggan sendiri memiliki pengaruh pada pencapaian tujuan akhir suatu

warung atau toko. Dimana salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Seorang pemasar sangat mengharapkan akan dapat mempertahankan pelanggannya dalam waktu yang lama. Sebab apabila perusahaan memiliki seorang pelanggan yang loyal, maka hal itu dapat menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan tersebut tidak hanya secara terus menerus menggunakan produk atau jasa perusahaan, tetapi dengan pelanggan tersebut dengan sendirinya juga akan merekomendasikannya kepada orang lain sesuai dengan pengalaman yang sudah ia alami.

Dapat dikatakan kehadiran Warung Anugrah yang merupakan bisnis ritel kecil dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat setempat untuk memperoleh produk yang dibutuhkan. Produk yang dijual di Warung Anugrah bisa dikatakan cukup lengkap dan bervariasi, seperti kebutuhan sehari-hari seperti tepung, minyak goreng, gula pasir, *shampoo*, teh, kopi, beras, berbagai macam snack, minuman dingin, dan rokok. Warung Anugrah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar dengan pelayanan yang ramah, produk yang lengkap, produk dengan kualitas yang baik, dan harga yang murah. Lokasi yang strategis yang dikelilingi oleh banyak Gedung kos,

kontrakan, pabrik, dan dekat dengan keramaian memudahkan pelanggan untuk dapat mengakses ke Warung Anugrah. Warung Anugrah selalu berusaha untuk memenuhi *stock* produk dan permintaan dari konsumen. Pegawai Warung Anugrah juga bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan, akan tetapi Warung Anugrah kehilangan beberapa pelanggan tetapnya.

Seperti warung sembako yang lainnya. Cara Warung Anugrah melengkapi produk selama ini yaitu dengan cara menyetok beberapa jenis produk dan menambah stok produk yang sekiranya sering keluar atau banyak di beli oleh konsumen selama kurang lebih 2 minggu terakhir, karena setiap produk yang keluar pasti ada catatannya. Selain itu cara Warung Anugrah untuk melengkapi produk warung adalah dengan mencoba membeli produk yang dimana pada saat itu konsumen mencari produk tersebut, tetapi Warung Anugrah tidak memiliki produk tersebut, maka Warung Anugrah mencoba membeli beberapa stok produk tersebut itu saja, lalu melakukan tes apakah produk tersebut juga banyak yang mencari, selain konsumen tersebut.

Cara Warung Anugrah untuk melayani konsumen adalah seperti mendengarkan dengan baik apa yang diinginkan konsumen, membangun komunikasi yang baik agar konsumen merasa nyaman dan bisa menjadi pelanggan tetap dan melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan latar belakang serta konsep yang telah tertulis di atas maka penulis membuat sebuah strategi bisnis yang berjudul **“PENGARUH**

KELENGKAPAN PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WARUNG ANUGRAH”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warung Anugrah?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warung Anugrah?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan serta untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Warung Anugrah.