

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi membuat persaingan bisnis menjadi semakin ketat, hal ini menyebabkan banyaknya perusahaan membuat strategi baru untuk menarik perhatian konsumen sehingga dapat menumbuhkan rasa kepuasan yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan menjadi input utamanya. Pelanggan yang sangat puas atau bahkan yang menyenangi layanan cenderung menjadi pendukung loyal terhadap perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan niat pembeli kembali ke produk dan jasa sebagai tujuan perusahaan. Klasifikasi dari loyalitas dibagi kedalam tiga kategori yaitu niat untuk melakukan kembali, pelaku primer dan perilaku sekunder. Loyalitas pelanggan dapat diperlihatkan melalui sikap dan perilaku. Diantaranya sikap termasuk niat pembelian kembali atau membeli produk lain dari perusahaan, niat untuk merekomendasikan dan kekebalan terhadap pesaing. Perilaku ini mencakup perilaku pembelian kembali, pembelian produk lainnya dari perusahaan, dan merekomendasikan kepada orang lain.

Matahari Departemen Store merupakan salah satu jenis retail yang bergerak dibidang departemen store yang maju saat ini. Matahari membuka gerainya pertama kali pada 24 Oktober 1958 yang merupakan toko pakaian anak-anak di daerah pasar baru, Jakarta. Matahari mulai melebarkan sayapnya pada tahun 1972 dengan membuka Departemen Store modern pertama di Indonesia dan selanjutnya mewujudkan keberadaannya di seluruh tanah air. Kini matahari memiliki 131 yang tersebar di 62 kota di Indonesia. Matahari menawarkan berbagai macam produk seperti pakaian, kosmetik, peralatan rumah tangga dan sebagainya. Dengan konsep modern matahari memberikan harga terjangkau untuk masyarakat kelas menengah. Dengan banyak varian jenis produk yang ditawarkan serta gerai yang tersebar diseluruh kota-kota besar yang ada di Indonesia, hal ini difokuskan untuk memenuhi rasa kepuasan pelanggan yang bermuara kepada rasa loyalitas. Selain itu Matahari Departemen Store juga memiliki program MCC atau Matahari *club card* yang merupakan program *loyalty* yang dirancang untuk pelanggan setia Matahari Departemen Store.

Matahari memiliki komitmen untuk menghadirkan layanan yang terbaik dan selalu berinovasi untuk menciptakan kepuasan para pelanggannya. Perusahaan pada kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas dan senang yang mengakibatkan pelanggan akan loyal terhadap perusahaan tersebut. Dalam kasus ini matahari menyediakan layanan belanja berbasis *online* yang kita kenal dengan Matahari Mall.com. Hal ini diwujudkan agar para pelanggannya tetap loyal di era maraknya bisnis *e-commerce* yang tumbuh sangat pesat di Indonesia. Dengan adanya matahari mall.com kini matahari tidak perlu khawatir dalam bersaing dengan pelaku-pelaku bisnis *online* lainnya. Dengan diadakannya matahari mall.com ini juga diharapkan para konsumen dapat berbelanja lebih mudah dan kapan saja tanpa batasan waktu. Ketika konsumen diberikan kemudahan untuk berbelanja diharapkan konsumen akan terus merasa puas dan akan berimbas kepada loyalitas di diri setiap konsumen.

**Tabel 1.1 Ikhtisar Keuangan Matahari Departemen Store**

Informasi	2017	2016	2015
Total Asset	Rp.3,439,990	Rp.2,874,822	Rp.2,103,565
Penjualan bersih	Rp.4,879,559	Rp.4,585,988	Rp.4,393,933
Laba rugi periode berjalan	Rp.711,681	Rp.709,895	Rp.523,010

Sumber : Annual Report PT. Matahari Departemen Store, 2018

Matahari mengalami perkembangan yang cukup baik yang dilihat dari kinerja matahari, baik dari segi asset yang mengalami peningkatan, penjualan bersih yang dihasilkan sampai dengan laba rugi yang diperoleh dari tiga tahun terakhir ini. Namun ada suatu hal yang perlu disadari bahwa peningkatan tersebut tidak menunjukkan angka yang sangat signifikan atau peningkatan dengan jumlah rendah. Perlu adanya identifikasi lebih lanjut penyebab dari melemahnya tingkat pertumbuhan perusahaan. Melemahnya tingkat pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari data-data berikut ini.

**Tabel 1.2 pendapatan bersih semester I di 2015-2017 dalam rupiah**

No	Kode	Nama Perusahaan	Pendapatan Bersih			Growth	
			Sem 1 - 2015	Sem 1 - 2016	Sem 1 - 2017	2016	2017
1	ACES	Ace Hardware Tbk.	2,197,427,838,068	2,340,000,000,000	2,760,000,000,000	6%	18%
2	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk.	22,118,593,000,000	26,870,277,000,000	30,518,795,000,000	21%	14%
3		PT Indomarco Prismatama	22,728,107,944,596	29,120,550,937,401	31,692,748,923,020	28%	9%
4	CSAP	Catur Sentosa Adiprana Tbk.	3,507,866,521,000	3,858,566,371,000	4,335,231,591,000	10%	12%
5	HERO	Hero Supermarket Tbk.	7,237,957,000,000	7,201,025,000,000	6,923,248,000,000	-1%	-4%
6	LPPF	Matahari Department Store Tbk.	3,920,000,000,000	5,180,000,000,000	5,730,000,000,000	32%	11%
7	MAPI	Mitra Adiperkasa Tbk.	5,541,478,000,000	6,660,758,000,000	7,713,432,000,000	20%	16%
8	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk.	3,199,143,000,000	4,066,107,000,000	4,812,454,000,000	27%	18%
9	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.	6,854,742,000,000	6,923,163,000,000	6,716,356,000,000	1%	-3%
10	RALS	Ramayana Lestari Sentosa Tbk.	2,527,445,000,000	3,155,903,000,000	3,464,921,000,000	25%	10%
11	RANC	Supra Boga Lestari Tbk.	933,040,172,996	1,033,751,334,885	1,090,758,335,263	11%	6%

Sumber: Hendry Ramadhan, SWAOnline, 2018

Matahari mengalami peningkatan pendapatan akan tetapi tingkat pertumbuhannya menurun, karena tingkat pendapat yang dihasilkan tidak mengalami kenaikan yang cukup pesat yaitu dari nominal Rp.5,180,000,000,000 pada tahun 2016 menjadi Rp.5,730,000, 000,000 pada tahun 2017 karena hal itu Matahari mengalami penurunan pertumbuhan dari 32% menjadi 11%. Dan angka penurunan ini selisihnya sangat tinggi karena lebih dari 50%. Jumlah penurunan yang sangat signifikan ini perlu dipelajari lebih lanjut dan telusuri serta dicari jalan keluar yang tepat agar perusahaan dapat bangkit kembali dan mencapai kejayaan seperti sediakala. Perusahaan dapat melakukan koreksi faktor-faktor penyebab pendapatan tidak meningkat yaitu dari segi internal perusahaan ataupun dari segi eksternal perusahaan. Akan tetapi yang lebih utamanya yang harus dikoreksi yaitu dari internal perusahaan apakah telah maksimal dalam pelaksanaannya. Maksimal disini dilihat dari segi pelayanannya, dari segi strategi dalam menarik pelanggan seperti diskon yang ditawarkan yang bermuara kepada kepuasan yang berujung loyalitas.

Salah satu strategi untuk menarik pelanggan yaitu promosi diskon harga atau biasa disebut potongan harga. Perusahaan dapat melakukan strategi penjualan berupa diskon terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen. Diskon merupakan pengurangan harga langsung terhadap suatu pembelian dalam periode waktu tertentu, pemberian diskon kepada konsumen memiliki tujuan untuk menghargai respon pelanggan. Diskon adalah harga yang lebih rendah dari harga seharusnya dibayarkan didasarkan pada beberapa hal diantaranya waktu pembayaran yang lebih awal, tingkat serta jumlah pembelian dan pembelian pada musim tertentu. Pada saat ini diskon banyak ditemukan disetiap produk barang atau jasa yang diperdagangkan. Adanya diskon yang diberikan oleh masing-masing perusahaan dalam pemasaran produknya menimbulkan ketertarikan konsumen untuk memiliki dan membeli produk tersebut. Matahari menghadirkan promo- promo berupa diskon yang tidak tanggung-tanggung untuk memikat hati para konsumennya. Banyak sekali jenis diskon yang diberikan oleh matahari seperti beli 2 gratis 1 bahkan diskon 50%+50%. Terlebih di hari-hari besar matahari akan memberikan diskon yang lebih banyak agar dapat menarik hati para konsumennya. Tidak perlu dihiraukan lagi banyak variasi diskon yang diberikan matahari untuk menciptakan rasa puas dan puas dalam berbelanja dan berakhir pada menciptakan rasa loyalitas pada konsumennya.

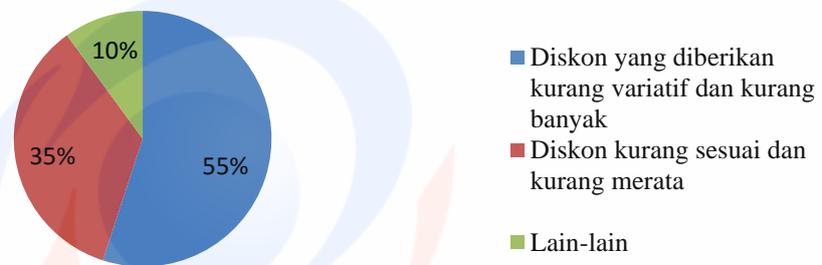
Kualitas pelayanan merupakan komponen yang terpenting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan meliputi aspek fisik yaitu diantaranya meliputi penampilan fisik dan kenyamanan yang ditawarkan kepada pelanggan berkaitan dengan *layout* fasilitas fisik, reabilitas meliputi pelayanan karyawan yang tepat kepada pelanggan,

interaksi personal disini mengacu pada kemampuan karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan sifat sopan dan suka membantu, memecahkan masalah berkaitan dengan penanganan retur, penukaran dan komplain dari pelanggan dan kebijakan. Dalam hubungan menciptakan nilai kepuasan pelanggan, dimensi-dimensi yang menjadi fokus pada kualitas pelayanan antara lain : pertama kehandalan, sebagai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya. Kedua daya tanggap, yang menunjukkan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap. Ketiga jaminan, menunjukkan sejauh mana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan *image* atau persepsi yang bagi perusahaan. Keempat empati, sebagai syarat untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi bagi pelanggan. Dan ke lima adalah bukti fisik, berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, dan media komunikasi. Matahari mall berusaha memberikan pelayanan yang ramah tanggap dan cepat. Suasana ini diciptakan untuk membuat pelanggan terasa nyaman saat berbelanja dan bahkan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian. Disini peran karyawan sangat dibutuhkan untuk mencapai kualitas pelayanan yang terbaik. Selain dari sisi karyawan kualitas pelayanan matahari dapat dilihat dari Ketersediaan tempat informasi yang sangat diperhatikan oleh matahari untuk mewujudkan kenyamanan pelanggan jika sewaktu waktu *customer* memerlukan bantuan. Dengan semakin menguatnya bisnis retail, kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan, karena kualitas pelayanan membantu menarik konsumen untuk berbelanja. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan atau hubungan baik dengan perusahaan, dalam jangka waktu panjang dengan mempertahankan kualitas pelayanan, perusahaan akan mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, karena pelanggan merupakan suatu elemen yang terpenting dalam bisnis ini.

Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik serta strategi promosi yang tepat seperti diskon harga yang tepat sangat memungkinkan bagi konsumen untuk merasa puas. Kepuasan konsumen sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah merasakan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, merupakan suatu cara bagaimana kualitas pelayanan membentuk suatu loyalitas, oleh karenanya, untuk menciptakan pelanggan yang loyal perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang baik, kualitas pelayanan yang terbaik tercermin dari pegawai-pegawai yang sepenuh hati dalam melayani pelanggan, tidak membedakan baik itu dari segi penampilan fisik dan sebagainya dalam memberikan pelayanan, selalu

mengutamakan keinginan pelanggan dan menamkan suasana keamanan kepada pelanggan saat berbelanja dengan demikian konsumen merasa puas, ketika konsumen merasa puas, konsumen akan mengulang kejadian-kejadian dan mungkin dalam rentan waktu yang singkat, bukan hanya itu konsumen juga akan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada rekan-rekannya bahkan mereka juga akan memberikan penolakan kepada perusahaan lain yang hendak menawarkan produknya kepada mereka yang dengan kondisi yang demikian maka konsumen tersebut telah dikatakan loyal dan hal ini akan membawa dampak yang sangat baik untuk perusahaan.

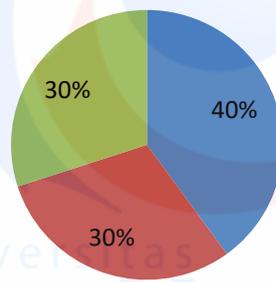
Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan kepada 20 responden pelanggan Matahari *Departemen Store* di Mall Ciputra Jakarta di peroleh data sebagai berikut:



Sumber: Data diolah 2018

#### Grafik 1.1 Hasil Prasurvei Diskon

Hasil pra survey diatas sebanyak 20 responden yang menjadi pelanggan Matahari *Departemen Store* mall ciputra. Dimana sebanyak 11 orang responden (55%) merasa bahwa diskon yang diberikan kurang variatif atau kurang banyak. Kurang variatif atau kurang banyak disini diartikan bahwa diskon yang diberikan terkesan monoton jadi dari bulan ke bulan diskon yang diberikan sama tidak ada variasinya, dan kurang banyak disini dinilai diskon yang diberikan kurang besar-besaran. Dan sebanyak 7 orang responden (35%) merasa diskon yang diberikan kurang merata dan kurang sesuai. Kurang merata disini diartikan diskonnya hanya pada produk atau *brand* tertentu saja, serta kurang sesuai yang dimaksudkan itu harga setelah diskon dinilai masih mahal. Dan sisanya menyebutkan lain-lain seperti diskon tidak terjangkau serta diskon pada barang yang telah menurun kualitasnya. Dari ke 20 responden dominan menyebutkan bahwa diskon yang diberikan oleh Matahari *Departemen Store* kurang variatif atau jumlahnya kurang banyak, karena jika diperhitungkan kembali masih tergolong mahal dari segi harga.

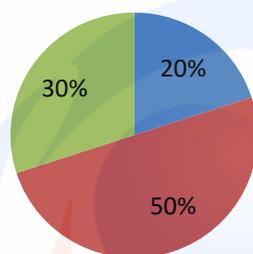


- Pelayanan tidak sepenuh hati, kurang ramah dan kurang aktif
- Tidak memuaskan karena pilih-pilih dalam melayani
- Cukup baik karena pemahaman masih kurang

Sumber: data diolah 2018

### Grafik 1.2 Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan

Hasil pra survey mengenai kualitas pelayanan dari 20 responden yang berbelanja di Matahari *Departemen Store* mall ciputra terdapat 8 responden 40% merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh Matahari *Departemen Store* tidak sepenuh hati terkesan kurang ramah dan bahkan kurang aktif. Hal tersebut tercermin dari sikap atau bahasa tubuh yang ditunjukkan oleh SPG Matahari Mall Ciputra. Sebanyak 6 responden (30%) merasa tidak memuaskan karena terlalu pilih-pilih dalam melayani misalkan dari segi penampilan konsumen yang berkunjung pada Matahari, jika seorang pengunjung berpenampilan yang bisa dikatakan *glamour* maka SPG Melayani dengan penuh senyuman sedangkan pada pengunjung yang berpenampilan sederhana SPG cenderung menunjukkan sifat yang berkebalikan. Dan sebanyak 6 responden (30%) merasa cukup baik dari segi pelayanan yang diberikan oleh matahari *Departemen Store*. Dari 20 responden pada pra survey lebih dominan menyebutkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh matahari kurang memuaskan baik dari segi cara pelayanannya yang terkesan memilih-milih ataupun pelayanan yang tidak sepenuh hati. Namun sebanyak 30% responden menyebutkan cukup puas atas pelayanan yang diberikan oleh Matahari *Departemen Store*.



- Puas dari segi brand dan tata letak
- Kurang puas dari segi pelayanan SPG
- Dan lain-lain

Sumber : Data Diolah 2018

### Grafik 1.3 Hasil Pra Survey Kepuasan Pelanggan.

Hasil pra survey dari 20 orang responden pelanggan Matahari *Departemen Store* terdapat 4 orang responden (20%) merasa puas dari segi *brand* yang dijual pada Matahari *Departemen Store*, *brand* yang dijual terkesan memiliki nilai yang mempunyai lingkup menengah keatas dan tata letak jadi memudahkan pelanggan dalam menemukan produk yang diinginkan berikut dengan *brandnya*, kemudian sebanyak 10 orang responden (50%) kurang puas dari segi pelayanan *sales promotion girl* (SGP) baik dari sikap yang ditunjukkan, pelayanan yang diberikan sampai ketanggapan dalam melayani pengunjung dan sisanya sebanyak 6 orang responden (30%) menyatakan hal-hal lain seperti tidak sesuai harapan yang diinginkan, hal ini diartikan bahwa tidak sesuai dengan ekspektasi yang diinginkan pelanggan bisa jadi hanya berbeda sedikit bahkan malah terlihat berbanding terbalik dengan ekspektasi pelanggan yang berkunjung di Matahari *Departemen Store*.

Dari fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan fenomena diatas sebagai topik penelitian dengan judul **“Pengaruh Diskon Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening ( Study Kasus Pada Pengunjung Matahari Departemen Store Mall Ciputra )”**

## **1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

1. Banyaknya persaingan bisnis dibidang retail yang menjadikan pertumbuhan Matahari *Departemen Store* menjadi lambat.
2. Berubahnya pola konsumsi masyarakat dari berbelanja secara *offline* menjadi *online* sehingga menyebabkan ketidakstabilan penjualan pada Matahari *Departemen Store*.

Kurangnya pelayanan yang diberikan oleh Matahari *Departemen store* Menjadikan konsumen tidak puas sehingga mudah beralih ke retail lainnya.

### **1.2.2. Pembatasan Masalah**

Batasan Masalah dalam penelitian ini adalah berfokus pada diskon harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (Z) pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta.

## **1.3. Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh diskon harga terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta?

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputran Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh diskon harga terhadap loyalitas pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta?
6. Apakah terdapat pengaruh diskon harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta?
7. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh diskon harga terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh diskon harga terhadap loyalitas pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta.
6. Untuk mengetahui pengaruh diskon harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengunjung Matahari *Departemen Store* Mall Ciputra Jakarta.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dan berguna untuk berbagai pihak.

#### 1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk perusahaan agar dapat menjadi lebih baik lagi dari segi manapun baik dari segi internal perusahaan dan eksternal perusahaan dan untuk menjaga hubungan yang baik dengan para konsumennya agar perusahaan dapat terus Berjaya dalam kondisi apapun. Khususnya dalam bisnis retail yang pada saat ini sedang lesu, dengan adanya penelitian diharapkan Matahari *Departemen Store* dapat bangkit dari masalah- masalah yang sedang dihadapinya dan dapat menjadi perusahaan ritail yang lebih kuat lagi.

#### 2. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang didapatkan baik dari perkuliahan maupun dari luar perkuliahan dan memperdalam pengetahuan serta wawasan dibidang pemasaran selain itu juga menyelesaikan tugas akhir program S-1 fakultas ekonomi dan bisnis program studi manajemen Universitas Esa Unggul Jakarta Barat.

#### 3. Bagi pihak lain

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh diskon harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pengunjung Matahari *Departemen Store Mall Ciputra*.