

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Tahun ini pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami perlambatan dibanding periode yang sama di tahun lalu, yaitu melemah dari 5,12% pada kuartal I 2015 menjadi 4,67% pada kuartal II 2015. Hal ini disebabkan oleh ketidakstabilan kondisi ekonomi dunia, meningginya nilai tukar rupiah, dan lain sebagainya. Akan tetapi, menurut kepala BPS, Suryamin menyatakan kondisi di Indonesia dinilai lebih baik dibanding negara-negara lainnya. Pertumbuhan ekonomi mitra dagang Indonesia juga masih cenderung stagnan dan bahkan melemah. Contohnya seperti pertumbuhan Amerika Serikat yang melemah dari 2,9% pada kuartal I 2015 menjadi 2,3% pada kuartal II. Sedangkan China stagnan pada kondisi pertumbuhan 7%, Singapura melemah dari 2,1% pada kuartal I 2015 menjadi 1,7% pada kuartal II 2015.

Dengan kondisi ekonomi Indonesia yang melemah, pertumbuhan ritel di Indonesia juga menunjukkan posisi yang tidak terlalu baik. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi dunia yang masih melambat sehingga ikut berdampak pada kondisi industri sektor riil di Indonesia. Keadaan ini diperkuat dengan masih melemahnya rupiah dan menguatnya nilai dolar serta kondisi kebijakan keuangan China yang bisa menghambat perdagangan Indonesia. Karena China merupakan salah satu mitra dagang Indonesia.

Meskipun pendapatan pada industri ritel di Indonesia menurun, tetapi tetap menunjukkan kondisi yang tidak terlalu buruk. Hal ini di tandai dengan keberadaan Indonesia di peringkat 12 dunia dalam indeks Pembangunan Ritel Global 2015 yang dirilis AT Kearney. Pasar ritel di Indonesia terus berkembang, dan itu memerlukan perbaikan infrastruktur dan peraturan yang lebih menguntungkan untuk membantu sektor ini tumbuh lebih lanjut.

Era globalisasi membuat persaingan bisnis menjadi begitu ketat. Globalisasi juga mengubah kebiasaan hidup masyarakat yang tradisional menjadi masyarakat modern. Gaya hidup masyarakat *modern* biasanya lebih menyukai hal yang cepat, mudah dan nyaman. Dengan melihat keadaan tersebut, ritel merupakan tempat yang pas untuk dikunjungi. Karena ritel memberikan kemudahan dalam berbelanja. Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat langsung bertemu dengan penggunanya.

Masyarakat Indonesia yang cenderung memiliki sifat konsumtif, membuat para pedagang eceran (ritel) menjadikannya sebagai peluang usaha. Masyarakat kota kini dimanjakan dengan kehadiran berbagai pusat perbelanjaan. Dan terkadang lokasinya berada di satu kawasan. Sehingga hal ini mempermudah masyarakat atau konsumen memilih tempat mana yang ingin dia kunjungi.

Ritel memiliki berbagai macam kategori. Salah satu kategori ritel adalah *department store*. *Department store* merupakan alternatif tempat berbelanja dimana kita dapat memilih dan membeli produk yang kita inginkan di satu tempat

dengan merek yang beragam. *Department store* memudahkan kita sebagai konsumen dalam berbelanja. *Department store* menyediakan berbagai macam produk seperti pakaian, kosmetik, peralatan rumah tangga, dan lain sebagainya. Industri ritel *department store* mulai ada sekitar tahun 1962 di Jakarta dengan Sarinah sebagai pelopornya. (<http://www.datacon.co.id/Ritel-2011Store.html>) Kini dengan semakin banyaknya *mall* yang dibangun di Indonesia, bisnis ritel *department store* pun bertambah banyak. Ada berbagai macam *department store* di Indonesia misalnya Matahari *Department Store*, Ramayana, Sogo, Metro, Centro, dan lain sebagainya. Semakin banyaknya industri ritel *department store*, maka semakin kuat persaingan diantara para peritel tersebut.

Salah satu *department store* yang maju saat ini adalah Matahari *Department Store*. 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 *department store modern* pertama di Indonesia dan selanjutnya mewujudkan keberadaannya di seluruh tanah air. Kini matahari memiliki 131 toko yang tersebar di 62 kota di Indonesia. (<http://www.matahari.co.id/about>) Matahari menawarkan berbagai macam produk seperti pakaian, kosmetik, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya. Dengan konsep pasar modern, matahari memberikan harga terjangkau untuk masyarakat kelas menengah.

Ditengah kondisi ekonomi dan industri ritel yang mengalami penurunan, Matahari *Department Store* menunjukkan posisi yang berbeda. Matahari

Department Store mengalami peningkatan penjualan pada periode 2014 hingga 2015. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1. Data penjualan dan laba Matahari Department Store 2014 - 2015

Kinerja 2014 (dalam miliar rp)			
	2014	2013	Pertumbuhan
Penjualan kotor	14.421	12.735	13.2 %
Laba bersih	1.419	1.150	23.4 %
Kinerja Q1 2015 (dalam miliar rp)			
	Q1 2015	Q1 2014	Pertumbuhan
Penjualan kotor	2.881	2.677	7.6 %
Laba bersih	123	185	50.3 %

Sumber :<http://www.idx.co.id>

Disamping penjualan yang mengalami peningkatan, Matahari *Department Store* juga menduduki posisi pertama di dalam *Service Quality Award* seperti yang ditampilkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.2. Hasil perolehan *service quality award*

SQI Kategori Department Store				
Tahun	Matahari	Sogo	Metro	Ramayana
2013	3.9885	3.9749	3.9684	3.7418
2014	4.0217	3.9940	3.9032	3.8369
2015	4.665	4.0519	3.9911	3.7555

Sumber: servicequality-award.com

Berdasarkan data diatas, Matahari konsisten memberikan pelayanan yang baik untuk konsumennya. Dengan semakin menguatnya persaingan bisnis ritel, 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 dapat mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan. Karena pelanggan merupakan salah satu elemen yang penting dalam bisnis ritel ini.

Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, 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 pelanggan. Oleh karenanya, untuk menciptakan pelanggan yang loyal, perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk membuat konsumen merasa puas yang akhirnya berdampak pada loyalitas.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti pentingnya kualitas pelayanan terhadap loyalitas dalam berbelanja. Untuk itu penulis memilih judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Matahari Department Store terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan”**.

1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, ada beberapa permasalahan yang dapat di identifikasikan, diantaranya:

1. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang melambat membuat pendapatan industri ritel menurun.
2. Kualitas pelayanan yang terbaik menjadikan salah satu peran penting dalam persaingan di industri ritel.
3. Konsumen yang cenderung menginginkan kenyamanan dalam berbelanja memaksa perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen menjadi loyal terhadap produk perusahaan.

1.2.2. Pembatasan Masalah

1. Penelitian akan dilakukan terhadap konsumen PT Matahari *Department Store*, Tbk. Khususnya Matahari *Department Store Mall* Ciputra Jakarta
2. Fokus penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X), loyalitas pelanggan (Y), kepuasan konsumen (Z)

1.3. Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Matahari *Department Store Mall* Ciputra Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Matahari *Department Store Mall* Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Matahari *Department Store Mall* Ciputra Jakarta secara langsung?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan Matahari *Department Store Mall* Ciputra Jakarta?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kepuasan pelanggan Matahari *Department Store* Mall Ciputra Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Matahari *Department Store Mall* Ciputra Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Matahari *Department Store Mall* Ciputra Jakarta secara langsung
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan Matahari *Department Store Mall* Ciputra Jakarta?

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, memeberikan pengalaman yang berarti dalam menyusun atau menulis suatu penelitian
2. Bagi perusahaan, diharapkan deapat memberikan saran yang baik dan membangun untuk perusahaan setelah dilakukannya penelitian dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen