BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berbelanja merupakan salah satu bentuk kepuasan seseorang dalam kehidupan sehari – hari. Karena kebutuhan hidup seseorang semakin hari semakin meningkat apalagi jika pendapatannya naik.

Di era globalisasi ini, kebutuhan masyarakat akan tempat berbelanja semakin hari semakin meningkat yang akhirnya diwujudkan oleh para pelaku bisnis ritel di Indonesia yang mengkhususkan diri pada bisnis pasar modern seperti mini market, supermarket, dan hypermarket. Semakin banyak usaha retail yang bertumbuh sehingga pelaku bisnis dituntut untuk tidak hanya menjual produk saja, tetapi juga dituntut menyediakan layanan yang berkualitas sehingga konsumen akan merasa nyaman dan dapat diharapkan menjadikan konsumen loyal. Mengingat peran konsumen sangat penting karena konsumen adalah salah satu kunci kesuksesan perusahaan maka pihak supermarket harus memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggannya. Kualitas merupakan hal yang penting bagi konsumen, baik itu kualitas barang maupun kualitas layanan yang diberikan. Kenyataan ini mendorong pihak supermarket untuk memberikan kualitas layanan kepada konsumen dengan sebaik – baiknya. Kualitas dibentuk dari keinginan konsumen oleh karena itu kualitas erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Tercapainya kepuasan konsumen akan memberikan umpan balik kepada

supermarket. Di samping itu adanya kepuasan konsumen merupakan wujud usaha pihak supermarket dalam memberikan layanan yang berkualitas.

Kualitas pelayanan adalah suatu model yang dapat menggambarkan kondisi pelanggan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima dengan mengevaluasi kualitas. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting dalam pengembangan usaha ritel.

Layanan dapat dikatakan baik atau berkualitas apabila bisnis yang dijalankan itu sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. Bagaimana suatu layanan dapat dikatakan berkualitas? Suatu layanan dapat dikatakan berkualitas apabila layanan yang diberikan suatu perusahaan dapat memuaskan para pelanggannya dan dapat memberikan kepuasan kerja terhadap karyawannya dengan begitu tingkat penjualan yang diharapkan oleh suatu perusahaan dapat tercapai.

Oleh karena itu, suatu kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan perusahaan secara langsung dan tidak langsung dan dapat membuat konsumen menjadi loyal dan akan tetap setia kepada perusahaan. Namun seberapa jauh produsen dapat memberikan kualitas layanan yang diharapkan oleh para pelanggan dan juga dapat mengukur loyalitas konsumen maka penulis mencoba meneliti dan

mengamati dengan mengambil judul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toserba Griya Jogja Pasteur Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang, maka Penulis mencoba untuk mengidentifikasi masalah, sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Griya Jogja di Pasteur Bandung ?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Griya Jogja di Pasteur Bandung ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut untuk menghitung, menganalisa, dan menginterpretasikan data yang akan digunakan sebagai bahan penelitian mengenai Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Pada Griya Jogja di Pasteur Bandung .

Tujuan dari Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Griya Jogja di Pasteur Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Griya Jogja di Pasteur Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Agar Perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih baik lagi terhadap pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan yang berhubungan mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

3. Bagi Akademisi

Sebagai masukan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran dalam membentuk skripsi untuk menambah referensi bagi penelitian yang sejenis.