

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sebagai negara dengan penduduk terbesar keempat di dunia, Indonesia merupakan daya tarik bagi para pengusaha ritel. Usaha ritel merupakan bagian dari saluran distribusi yang memegang peranan penting dalam rangkaian kegiatan pemasaran dan merupakan perantara dan penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen. Usaha ritel adalah semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa, langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan yang sifatnya pribadi, dan bukan bisnis. Tanpa usaha perdagangan besar dan eceran, sulit bagi produsen untuk menyalurkan barangnya.

Usaha ritel di Indonesia mengalami perkembangan cukup pesat pada beberapa tahun terakhir ini. Hal ini sejalan dengan adanya perkembangan usaha distribusi, jasa, dan peluang besar yang cukup terbuka, maupun upaya pemerintah untuk mendorong perkembangan usaha ritel melalui peraturan dan undang-undang.

Diperkirakan pada tahun 2010, pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia menunjukkan angka yang cukup signifikan sejalan dengan meningkatnya kebutuhan terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan yang cukup besar, terutama jika dilihat jumlah populasi penduduk Indonesia yang mencapai kurang lebih 220 juta jiwa. Hingga saat ini perkembangan dan investasi bisnis ritel masih dominan

dilakukan di kota-kota besar di Jawa, meskipun banyak pula perusahaan ritel yang sudah melakukan ekspansi usahanya di luar pulau Jawa.

Persaingan yang ketat dalam bisnis ritel, khususnya di Indonesia, juga disebabkan semakin banyaknya bisnis ritel dari luar negeri yang memasuki pasar domestik. Peningkatan segmentasi dunia industri tersebut memperjelas arti bahwa rumusan perdagangan ritel yang lama tidak akan mungkin terus berhasil, dan generalisasi harus menyingkir untuk kemudian digantikan dengan spesialisasi atau diferensiasi untuk kelompok pelanggan tertentu. Pengelolaan bisnis ritel luar negeri yang profesional menuntut bisnis ritel dari dalam negeri untuk dikelola secara profesional pula agar mampu bersaing dalam melayani konsumen.

Meskipun aspek pelayanan sudah banyak diperhatikan oleh peritel, dalam kenyataannya masih banyak pelaku ritel yang tidak konsisten. Apa yang diucapkan dan diniatkan tidak dijalankan dengan serius di dalam praktiknya. Di sisi lain, pelanggan kini semakin kritis terhadap toko yang dimasukinya. Mereka kini lebih terpelajar, lebih mempertimbangkan harga, cepat habis kesabarannya, dan tidak mudah memaafkan. Perilaku tersebut dipacu oleh berubahnya aspek demografis pelanggan dan semakin tingginya persaingan pasar. Faktor pemicu lain adalah hadirnya berbagai alternatif untuk berbelanja serta perkembangan bermacam teknologi mutakhir.

Persaingan untuk memperebutkan konsumen dalam bisnis ritel pun semakin ketat dengan semakin banyaknya pusat perbelanjaan domestik yang bermunculan, realitas kompetitifnya adalah pusat-pusat perbelanjaan harus bekerja sekeras mungkin untuk menarik konsumen dari pusat perbelanjaan lain. Oleh karena itu

diperlukan strategi yang jitu untuk memperebutkan pelanggan. Strategi yang dapat digunakan agar ritel mampu bersaing di antaranya adalah membangun kualitas pelayanan dan pembentukan loyalitas pelanggan.

Bisnis ritel memang sangat tergantung pada pelayanan. Di samping karena persaingan antar peritel yang semakin ketat, tuntutan pelanggan memang ikut memaksa perusahaan untuk memiliki perbedaan dalam aspek pelayanannya. Pelayanan tersebut meliputi seberapa kecepatan kita dalam melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga yang wajar dan bersaing, sampai kepada pengetahuan pramuniaga yang mengarah pada perubahan loyalitas konsumen.

Secara umum dapat dikatakan bahwa loyalitas adalah salah satu cara dimana konsumen mengekspresikan kepuasannya atas performa produk atau jasa yang diterimanya (Karsono, 2008). Menurut Rowleys dan Dawes (Karsono, 2008) loyalitas merupakan sikap (*attitudes*) dan perilaku (*behaviour*), seperti pengulangan berlangganan dan membeli, dan merekomendasikan secara positif, sehingga mempengaruhi konsumen sesungguhnya (aktual) dan konsumen potensial. Pendapat ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Dick dan Basu (Karsono, 2008). Yang menyatakan bahwa loyalitas ditentukan oleh kekuatan dari hubungan antara sikap relatif dan pengulangan berlangganan.

Ritel menawarkan fasilitas dan pelayanan yang dirasa lebih baik. Seperti telah disebutkan di atas, kemajuan teknologi serta adanya perubahan dalam diri konsumen baik itu dalam hal selera, aspek psikologis, aspek sosial, aspek geografis, maupun aspek kultural cenderung membuat banyak orang yang lebih

suka berbelanja di ritel dan banyak konsumen yang loyal dengan ritel, hal ini dapat dilihat salah satunya dengan kepemilikan kartu anggota. Namun, walaupun perkembangan ritel cukup pesat dari tahun ke tahun, para peritel tetap harus konsisten terus menerus memperbaiki pelayanan dan memberikan fasilitas terbaik guna memperoleh kepuasan konsumen mengingat akan ada banyak tekanan-tekanan persaingan yang tidak dapat diabaikan. Hal ini merupakan fenomena yang cukup menarik untuk diteliti, bagaimana loyalitas konsumen pada ritel itu sendiri. Menyadari praktek di lapangan yang selalu berubah, maka konflik antara penyedia jasa dan pelanggannya akan tetap muncul. Hal inilah yang melatarbelakangi peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai loyalitas konsumen pada ritel dengan judul: **"Pengaruh *Physical Aspect, Reliability, Personal Interaction, Problem Solving, dan Policy* terhadap Loyalitas Pelanggan Ritel (Studi pada Pelanggan *Chandra Supermarket & Dept. Store Metro*)"**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, permasalahan yang akan dibahas dan diteliti lebih lanjut adalah :

1. Bagaimana pengaruh *physical aspect Chandra Supermarket & Dept. Store Metro* terhadap loyalitas pelanggan ?
2. Bagaimana pengaruh *reliability Chandra Supermarket & Dept. Store Metro* terhadap loyalitas pelanggan ?
3. Bagaimana pengaruh *personal interaction Chandra Supermarket & Dept. Store Metro* terhadap loyalitas pelanggan ?

4. Bagaimana pengaruh *problem solving* Chandra Supermarket & Dept. Store Metro terhadap loyalitas pelanggan ?
5. Bagaimana pengaruh *policy* Chandra Supermarket & Dept. Store Metro terhadap loyalitas pelanggan ?
6. Bagaimana pengaruh *physical aspect, reliability, personal interaction, problem solving, dan policy* Chandra Supermarket & Dept. Store Metro terhadap loyalitas pelanggan ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan seberapa besar pengaruh *physical aspect* Chandra Supermarket & Dept. Store Metro terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan seberapa besar pengaruh *reliability* Chandra Supermarket & Dept. Store Metro terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan seberapa besar pengaruh *personal interaction* Chandra Supermarket & Dept. Store Metro terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan seberapa besar pengaruh *problem solving* Chandra Supermarket & Dept. Store Metro terhadap loyalitas pelanggan.

5. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan seberapa besar pengaruh *policy Chandra Supermarket & Dept. Store Metro* terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan seberapa besar pengaruh *physical aspect, reliability, personal interaction, problem solving*, dan *policy Chandra Supermarket & Dept. Store Metro* terhadap loyalitas pelanggan secara bersamaan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dalam penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada Ilmu Administrasi Bisnis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis ritel.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, pengetahuan, gambaran dan informasi serta menjadi pertimbangan atau masukan mengenai bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan hubungannya terhadap loyalitas pelanggan pada *Chandra Supermarket & Dept. Store Metro*.