

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia membawa perubahan terhadap aspek kehidupan masyarakat. Segala macam cara guna memenuhi kebutuhan masyarakat yang dilakukan berbagai perusahaan dengan strategi yang berbeda. Hal yang diharapkan suatu perusahaan yaitu masyarakat yang berbelanja merasa puas dan melakukan pembelian kembali. Peneliti terdahulu (Muriza et al., 2021) mengatakan, jika pembeli sudah menjadi pelanggan setia karena kepuasannya terpenuhi, maka pembeli tidak akan berpindah ke perusahaan lain guna memperoleh barang atau jasa yang memenuhi kebutuhannya.

Pengalaman yang didapat pembeli dari produk atau layanan yang layak akan memberikan kesan positif bahwa pelanggan memperoleh apa yang dibutuhkan, dengan begitu konsumen akan merasa loyal pada barang atau jasa yang digunakannya. Menurut peneliti (Muriza et al., 2021) faktor penentu keberhasilan suatu produk atau jasa perusahaan, yaitu salah satu kemampuan perusahaan dalam memberi layanan dengan kualitas baik pada para pembelinya, misalnya perusahaan dapat menerima segala masukan atau pendapat dari pelanggan.

Perusahaan menyiapkan strateginya masing-masing meskipun persaingan semakin serius. Penelitian terdahulu, (Santoso, 2019) mengatakan bahwa perusahaan harus memahami karakteristik pelanggan secara keseluruhan untuk menyediakan *outout* barang yang sesuai dengan kebutuhan. Salah satu bisnis yang

mengikuti persaingan ditengah-tengah perkembangan ekonomi di Indonesia yaitu bisnis retail atau pasar modal.

Ritel adalah kegiatan bisnis yang merupakan tahap akhir dari proses pendistribusian barang, termasuk penawaran barang dan jasa pada pelanggan guna memenuhi kebutuhan diri, saudara atau rumah tangga, seperti yang didefinisikan oleh Barry Berman dan Joel E. Evans dalam buku *Manajemen Ritel Pendekatan Strategi* (2010). Bisnis ritel atau pasar modal dapat memberikan belanja pilihan serta menangani akomodasi dan barang-barang berkualitas dengan harga yang murah, kadang-kadang jauh lebih murah disbanding dengan harga pasar lainnya.

Pasar modal mempunyai sistem pelayanan sendiri serta memasarkan beragam barang eceran seperti *minimarket* atau toko kelontong. Di pasar modern, konsumen dapat melihat langsung label harga untuk barang yang perlu dibeli dan berada di gedung sehingga pelayananan dilaksanakan secara bebas atau dilayani oleh pelayan toko atau pramuniaga. Kegiatan bisnis semacam unimus *mart* menjadi suatu fenomena dan perhatian yang menarik.

Unimus *mart* merupakan salah satu usaha milik kampus Universitas Muhammadiyah Semarang yang beralamat di No. 18, Kedungmundu, Kawasan Tembalang, Kota Semarang, Jawa 50273. Unimus *mart* dibuat dengan sedemikian rupa dengan tujuan menarik pembeli untuk membeli produk yang dijualnya. Dengan penataan layout rapi, sistem pembayaran kasir dan ruangan yang dilengkapi AC untuk konsumen merasa nyaman sehingga dapat tercipta loyalitas.

Harga yang diterapkan di Unimus *mart* relatif terjangkau. Saat melakukan pembelian, konsumen sangat mempertimbangkan harga. Menurut (Mufidah,

2021), harga sangat berpengaruh pada minat pembeli, harga rendah akan meningkatkan minat pembeli, begitupun sebaliknya. Menurut penelitian terdahulu (Santoso, 2019), Harga yaitu suatu jumlah yang dibayarkan atau ditukarkan pembeli untuk keuntungan menggunakan barang atau jasa tersebut. Harga suatu produk dilihat dari standar kualitas produk perusahaan tersebut.

Unimus *mart* menyediakan beragam produk minuman, makanan, kebutuhan diri, sembako dan kebutuhan rumah tangga yang berkualitas untuk konsumen. Menurut peneliti (Santoso, 2019), kelengkapan produk merupakan proses memperoleh berbagai produk selaras terhadap usaha yang dijalankan (produk berbahan dasar makanan, sandang, dan produk umum lainnya atau kombinasi) untuk dijual di sebuah toko dengan jumlah, waktu yang tepat dan harga guna membantu perusahaan menggapai tujuan ritelnya. Semakin lengkap suatu barang maka semakin puas pula pembeli dalam memilih barang.

Unimus *mart* juga memiliki pelayanan yang bagus pada setiap konsumen atau pembeli. Pelayanan merupakan suatu tindakan yang tidak berwujud kepada konsumen yang diberikan oleh karyawan atau petugas. Menurut (Santoso, 2019), kualitas pelayanan yaitu derajat kesempurnaan yang diinginkan, dan derajat pengendalian kesempurnaan yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan pembeli. Apabila petugas Unimus *mart* melayani dengan baik maka pembeli merasa puas atau terpenuhi, sehingga dapat menimbulkan loyalitas konsumen.

Unimus *mart* dengan adanya harga yang terjangkau, produk yang lengkap dan pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan setia pada suatu barang atau jasa yang dimilikinya. Loyalitas adalah sikap yang menyenangkan pada suatu

produk atau jasa yang dihadirkan dalam pembelian dalam jangka panjang (*over time*) secara konsisten. Menurut (Laurentia et al., 2022), Loyalitas konsumen sangat penting terhadap perusahaan guna menjaga konsistensi berlangsungnya kegiatan usaha. Ketika konsumen puas dengan produk dan layanan tertentu, konsumen secara tidak sadar akan menjadi konsumen yang loyal.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Unimus Mart Semarang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana harga produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam membeli produk di Unimus *mart*?
2. Bagaimana kelengkapan produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam membeli produk di Unimus *mart*?
3. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam membeli produk di Unimus *mart*?
4. Bagaimana terdapat pengaruh harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dalam membeli produk di Unimus *mart*?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mengetahui pengaruh harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Unimus *mart*.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Unimus *mart*.
- b. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kelengkapan produk terhadap loyalitas konsumen Unimus *mart*.
- c. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Unimus *mart*.
- d. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen Unimus *mart*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat teoritis

1. Menambah pengetahuan dan memperluas wawasan penulis tentang harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan.
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian di bidang yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi konsumen dalam memilih perusahaan untuk mengetahui harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayan.
2. Dapat memberikan masukan dalam perumusan strategi mempertahankan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bab dan sub bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bagian pertama berisikan gambaran mengenai landasan masalah, pengertian masalah, tujuan pemeriksaan, kemudahan eksplorasi dan sistematika penulisan. Pembicaraan dimulai dengan landasan masalah yang diangkat dasar pemeriksaan. Rumusan masalah merupakan pertanyaan mengenai masalah yang muncul di latar belakang dan mengumpulkan data yang digunakan guna mencari solusi. Selain itu, penggunaan pemeriksaan adalah apa yang umumnya diantisipasi dari efek samping dari perincian masalah yang merujuk pada dasar dan definisi masalah. Terakhir, sistematika penyusunan adalah penjabaran pendek mulai pokok-pokok yang ada di setiap bagian eksplorasi, mulai dari bagian dasar hingga bagian akhir.

Bab II Kajian Pustaka

Bab kedua menggambarkan hipotesis yang mendasari penelitian dan menjadi referensi teori harga, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen yang relevan terkait penggunaan dalam penelitian. Memberi penjelasan tentang penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian saat ini. Kerangka pemikiran adalah gagasan yang memaknai tata letak perkembangan pemikiran antar variable dalam penelitian ini. Pengembangan hipotesis merupakan pendekatan untuk mencari hipotesis melalui pemeriksaan teori-teori terdahulu. Hipotesis respon sementara terhadap penelitian yang sedang berlangsung.

Bab III Metode Penelitian

Bagian ini berisikan variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis. Variable penelitian dan definisi operasional memahami mengenai variabel yang digunakan serta definisi secara operasional menjadi dasar penelitian dalam objek. Populasi dan sampel adalah langkah-langkah dalam penentuan objek wilayah, diawali dengan identifikasi populasi kemudian dikecilkan menjadi sampel dengan kualitas penelitian. Jenis dan sumber data bagaimana penulis mendapatkan informasi beserta sumber data, metode pengumpulan data serta analisis data merupakan adalah yang digunakan penulis guna mengumpulkan dan menganalisis data dalam penelitian ini.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan

Bagian ini merupakan bagian terpenting sebab berisikan deskripsi dan pemeriksaan objek, penyelidikan informasi dan percakapan dari informasi yang didapatkan. Penggambaran objek penelitian menguraikan tentang objek yang digunakan oleh peneliti. Pemeriksaan data dan percakapan berisi klarifikasi dan konsekuensi penyelidikan terhadap informasi dengan strategi pendalaman yang sudah ditetapkan sebelumnya dan melibatkan aplikasi pengolahan data statistik SPSS serta hasil analisis data penelitian yang sudah terolah.

Bab V Penutup

Bagian ini yang menggambarkan mengenai akhir dan gagasan dari hasil penelitian. Akhir dalam penelitian saat inilah merupakan uraian singkat yang didapat dari hasil eksplorasi. Gagasan dalam penelitian merupakan hal yang dikemukakan peneliti teruntuk pihak perusahaan yang bersangkutan dan berkepentingan.

Daftar Pustaka

Berisi pencantuman semua sumber informasi yang digunakan dalam menyusun skripsi. Informasi dapat berupa jurnal ilmiah, skripsi, tesis dan disertasi.

Lampiran

Lampiran digunakan apabila bahan tersebut bernilai atau bersifat ilustrasi, yang dianggap penting untuk diingat bagi isi laporan.