

## Bab I

### Pendahuluan

#### 1.1 Latar belakang

Pada zaman modernisasi yang semakin cepat berkembang membuat dunia usaha dituntut untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari. Pada saat ini perusahaan *retail* harus lebih kompetitif untuk menghadapi persaingan usaha, oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan dari penjualan produk yang ditawarkan ke konsumen.

*Convenience store* adalah salah satu tempat perbelanjaan yang mudah kita temukan di setiap daerah serta menjadi tempat perbelanjaan favorit untuk semua kalangan masyarakat. *Convenience store* menyediakan berbagai macam-macam jenis produk dengan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat serta pelayanan dan fasilitasnya yang tidak berbeda jauh dengan *supermarket* yang lebih besar. Dari tahun ke tahun, usaha *convenience store* mulai berkembang pesat sehingga menciptakan persaingan ketat dengan *minimarket* lainnya.

*Convenience store* sebenarnya adalah toko yang relatif kecil dan terletak didaerah pemukiman, memiliki jam buka yang panjang selama tujuh hari dalam seminggu serta menjual lini produk bahan pangan yang terbatas dan memiliki tingkat perputaran yang tinggi (kotler, 2002:593).

Mengacu pada perkembangan saat ini, prospek bisnis *retail modern* dapat menjanjikan pertumbuhan yang sangat pesat. Maka dari itu perusahaan-perusahaan retail harus mempunyai cara untuk menghadapi persaingan bisnis.

Upaya yang harus dilakukan perusahaan *retail* dalam menghadapi persaingan adalah meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas serta citra perusahaan *retail* agar mendapatkan kepuasan dan kepercayaan dari konsumen yang merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas *retail* tersebut yaitu dengan cara menciptakan citra perusahaan yang baik di mata konsumen sehingga memunculkan respon positif dari masyarakat untuk mempertahankan konsumen supaya timbul kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat dicapai oleh perusahaan retail dengan cara menyediakan barang atau jasa dengan kualitas bagus yang selalu diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen .

Kualitas pelayanan dan citra perusahaan sangat penting bagi perusahaan *retail*, karena merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan mereferensikan kebutuhan konsumen pada perusahaan *retail* agar dapat menimbulkan hubungan emosional antara konsumen dan perusahaan *retail*, supaya dapat meningkatkan jumlah konsumen untuk berkunjung ke perusahaan *retail*.

Circle k merupakan salah satu *convenience store* yang selalu mendapatkan kepuasan dan kesetiaan dari konsumen karena circle k menggunakan sistem pelayanan dan fasilitas yang baik serta menyediakan produk, tempat yang berkualitas baik dan harga yang dapat

dijangkau oleh masyarakat, sehingga dapat menciptakan kepercayaan dan kepuasan pada konsumen nya.

Akan tetapi, masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh circle k yaitu kebersihan yang kurang diperhatikan oleh para pegawai, tidak ada tegur sapa atau ucapan salam dari pegawai saat konsumen memasuki retail, masih menyediakan dan menjual produk minuman yang mengandung alkohol serta tidak adanya himbauan untuk remaja dibawah umur 18 tahun agar tidak membeli minuman yang mengandung alkohol, dan selain itu juga banyaknya pesaing yang dapat menurunkan pendapatan circle k. Para pesaing terberat dari circle k yaitu alfamart dan indomaret dengan fasilitas dan pelayanan yang dimilikinya sehingga mau tidak mau circle k harus meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas serta citra perusahaan agar dapat menjaga kepuasan dan kepercayaan konsumen .

Untuk menjaga citra perusahaan dan kepuasan konsumen, maka circle k meningkatkan kualitas pelayanan dengan fasilitas dan tempat bagi konsumennya seperti berikut, menyediakan tata ruang tempat atau rak-rak produk yang simple agar dapat memudahkan konsumen dalam mencari produk yang akan dibeli, tidak menyediakan minuman beralkohol agar anak-anak muda tidak mengkonsumsi minuman beralkohol, menyediakan atm bank agar konsumen dapat mengambil uang tanpa harus susah mencari atm ditempat lain, serta menyediakan tempat yang bersih dan nyaman untuk bersantai atau berkumpul bagi konsumen yang didominasi oleh anak-anak muda dan juga menyediakan fasilitas tempat wi-fi gratis selama 24 jam non-stop. Agar konsumen dapat mengakses

jaringan internet dengan mudah dan free, meningkatkan kebersihan meja dan tempat duduk agar tidak terlihat kotor oleh konsumen sehingga konsumen tetap percaya dan puas kepada minimarket circle k.

Dengan cara menjaga kualitas pelayanan dan citra perusahaan serta menyediakan fasilitas-fasilitas yang baik dan memuaskan bagi konsumen, maka circle k tidak harus khawatir akan menurunnya pendapatan serta kepercayaan dan kepuasan dari konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul :**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. (STUDI PADA CIRCLE-K TAMAN APSARI SURABAYA)”**

## **1.2 Perumusan masalah**

Dari latar belakang diatas tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen circle k ?
2. Apakah citra perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen circle k ?
3. Faktor apa yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen circle k ?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen circle k.
2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen circle k.
3. Untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen circle k.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu acuan dan informasi bagi perusahaan untuk dapat mengevaluasi dan mengetahui strategi perusahaan yang tepat dalam menjalankan bisnis di masa yang akan datang.

2. Bagi penulis

Untuk sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana ekonomi dan menambah wawasan penulis dalam menyusun dan melakukan penelitian ilmiah tersebut.

3. Bagi universitas

Untuk menambah referensi di perpustakaan dan sebagai acuan bagi para peneliti lain yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.