

ABSTRAKSI

Perkembangan di era globalisasi berlangsung sangat cepat. Seiring dengan perkembangan bisnis ritel tidak terlepas semakin menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional dengan berbagai skala dan segmen. Setiap perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu karena persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan.

Di Indonesia terdapat beberapa merek minimarket diantaranya adalah Circle K, Starmart, Alfamart, Indomaret. Persaingan minimarket di Indonesia sangat ketat dan dapat dilihat dari persaingan antara 2 nama besar brand ritel minimarket yaitu Indomaret dan Alfamart. Persaingan antara Indomaret dan Alfamart sangat ketat, kedua brand retail ternama ini terus bersaing mengerahkan semua kekuatan, kecerdikan dan strategi. Kita semua tau bahwa Indomart dan Alfamart adalah 2 pesetru abadi untuk memenangkan pasar yang telah ada, sehingga keduanya bersaing dengan mengeluarkan waralaba hanya semata untuk memperluas jangkauan kedua retail ini. Alfamart dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT) sebagai salah satu perusahaan dalam industri ritel yang berupa minimarket dan termasuk perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Segala upaya dilakukan oleh Alfamart untuk dapat bersaing dengan Indomaret meliputi lokasi yang strategis, di berbagai daerah dan mudah dijangkau serta selalu berdekatan dengan Indomaret, tempat yang bersih, nyaman,

dan juga menetapkan strategi harga yang sedemikian rupa untuk menarik konsumen, misalnya dengan potongan harga, menetapkan harga yang tinggi, memberikan kupon untuk produk-produk tertentu, pembukaan sebagian gerai Alfamart dalam 24 jam, kemudahan pembayaran tidak tunai (non-cash), terdapat fasilitas kartu anggota, dan lain-lain. Alfamart berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya. Pelayanan tersebut dimaksudkan untuk memenangkan hati pelanggannya. Pelayanan yang diberikan oleh Alfamart misalnya adalah program kartu AKU (AlfamartKu). Bagi anggota pelanggan yang telah memiliki kartu AKU bisa memanfaatkan keuntungan-keuntungan berbelanja di Alfamart dan ada pula pemberian kue ulang tahun bagi member Kartu AKU yang berulang tahun, program “Kejutan Belanja Gratis” yaitu program dimana konsumen yang berbelanja dengan nominal tertentu dan beruntung, akan mendapatkan kejutan berbagai hadiah pada saat transaksi, dan lain-lain.

Persaingan antar Alfamart dan Indomaret terus terjadi. Minimarket Indomaret memiliki jumlah gerai yang lebih besar, yaitu sebesar 14.200 Unit dibandingkan minimarket Alfamart yang jumlah gerainya hanya sebesar 12.700 Unit. Persaingan antara kedua brand minimarket ternama Indomaret dan Alfamart sangat ketat. Indomaret dan Alfamart lokasinya selalu dalam jarak yang tidak berjauhan, segmen hingga tata ruangnya tidak jauh berbeda demikian pula jenis barang yang ditawarkan tidak jauh berbeda. Persaingan antara keduanya memicu munculnya strategi dan pelayanan untuk memenangkan hati pelanggan, salah satunya dengan memuaskan pelanggan agar dapat meningkatkan loyalitas. Akan tetapi hasil survey awal yang dilakukan kepada 24 konsumen Alfamart dengan

menanyakan sejauh mana kepuasan yang dirasakan dan hasilnya menunjukkan bahwa masih terdapat konsumen yang kurang puas dengan Alfamart.

Penelitian yang dilakukan oleh Putro (2014 : 8) menemukan bahwa Kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Penelitian Puspitasari (2016:98) yang membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan kepuasan pelanggan. Selanjutnya Wardani (2018 : 78) menemukan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsum Oleh karena itu peneliti bermaksud untuk meneliti tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada pelanggan indomaret di kota kupang).Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Minimarket Alfamart di Surabaya; serta untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Minimarket Alfamart di Surabaya; dan untuk menganalisis 302 pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Minimarket Alfamart di Surabaya.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan,kepuasan pelanggan,loyalitas pelanggan