

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan. Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Disamping itu kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan dan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggandimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati, 2007:2).

Kualitas dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, yang berarti citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan yang digambarkan sebagai suatu pernyataan, tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Tujuan bisnis untuk menciptakan para pelanggan agar merasa

puas dan sebelum merasa puas konsumen terlebih dahulu memutuskan untuk membeli, sebagai suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli (Alma, 2011:96).

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Febrianto dkk pada tahun 2018 yang meneliti tentang pengaruh harga, promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Indomaret Manado. Hasil penelitian dari penelitian ini menyimpulkan bahwa harga, promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu penelitian lain dilakukan oleh Yugi Setyarko yang meneliti tentang persepsi harga, promosi, kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan.

Alfamart merupakan salah satu dari peritel terbesar di Indonesia yang menyediakan berbagai kebutuhan harian, mulai dari produk makanan, minuman, perlengkapan rumah tangga, hingga produk kebutuhan sehari-hari lainnya.

Di daerah Kota Kupang, Alfamart menjadi salah satu destinasi utama bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Namun, seperti halnya banyak toko ritel, Alfamart Kota Kupang menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar serta

kepuasan pelanggan. Salah satu faktor kunci yang dapat memengaruhi keberhasilan toko ritel adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam meningkatkan pendapatan dan laba bagi Alfamart. Berdasarkan Laporan Laba Rugi dan Penghasilan Komprehensif Alfamart oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dan Entitas Anaknya pada 31 Desember 2023, Pendapatan dan Laba yang dihasilkan dapat disajikan pada tabel 1 di bawah ini:

**Tabel 1.1 Laporan Laba Rugi**

	2022	2023
Pendapatan Neto	Rp 96.924.686,00	Rp 106.944.683,00
Beban Pokok Pendapatan	Rp 76.902.242,00	Rp 83.878.566,00
Laba Bruto	Rp 22.022.444,00	Rp 23.066.117,00
Laba Usaha	Rp 3.770.188,00	Rp 4.429.298,00
Laba Sebelum Pajak Final dan Pajak Penghasilan Badan	Rp 3.617.223,00	Rp 4.332.521,00
Laba Sebelum Pajak Penghasilan Badan	Rp 3.566.789,00	Rp 4.282.347,00
Laba Tahun Berjalan	Rp 2.907.478,00	Rp 3.484.025,00

Sumber : *PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, 2024*

Kualitas pelayanan di Alfamart menjadi faktor yang krusial dalam menjaga loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru dengan tujuan meningkatkan pendapatan baik itu pendapatan neto dan laba bruto. Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Pelanggan mengharapkan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional dari pihak Alfamart. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan toko.

Namun, tantangan mungkin muncul dalam memastikan konsistensi dalam memberikan pelayanan yang berkualitas di setiap kunjungan pelanggan. pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang akan memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen dalam merancang strategi yang efektif.

Di Kota Kupang, di mana persaingan di pasar ritel semakin ketat, pemahaman mendalam mengenai bagaimana dimensi-dimensi kualitas pelayanan Alfamart mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan menjadi krusial. Data yang tersedia menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan intensitas pembelian di Alfamart. Namun, terdapat kebutuhan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang lebih spesifik dan terfokus di Kota Kupang untuk mengidentifikasi sejauh mana setiap dimensi kualitas pelayanan Alfamart memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi Alfamart dalam mengoptimalkan strategi pelayanan mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar mereka di tengah persaingan yang semakin ketat.

Secara konkret, survei yang dilakukan di beberapa cabang Alfamart di Kota Kupang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kualitas pelayanan sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian mereka. Lebih dari 70% dari mereka mengungkapkan bahwa responsivitas karyawan Alfamart dalam membantu dan menjawab pertanyaan pelanggan adalah aspek

yang sangat mempengaruhi pengalaman belanja mereka. Selain itu, ketersediaan produk yang diinginkan dan kecepatan dalam proses transaksi di kasir juga menjadi faktor penentu dalam memilih Alfamart sebagai tempat belanja utama mereka.

Melalui penelitian ini, manajemen dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam layanan yang diberikan, serta mendapatkan wawasan tentang preferensi dan harapan pelanggan. Dengan demikian, mereka dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang relevan dengan kebutuhan pelanggan.

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang berkaitan dengan penelitian saat ini. Penelitian yang telah dilakukan oleh Wuysang dkk (2022) tentang kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa *Royal Wedding Organizer* Manado. Hasil penelitian penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa *Royal Wedding Organizer* Manado. Penelitian lain dilakukan oleh Djafar dkk (2023) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di CV Mufidah Kota Gorontalo. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CV Mufidah Kota Gorontalo. Kemudian kedua penelitian yang dilakukan oleh kedua peneliti tersebut dijadikan acuan untuk meninjau keputusan pembelian konsumen Alfamart Kota Kupang dengan memperhatikan kualitas pelayanan. Hal ini sangat krusial dalam keberlangsungan Alfamat dalam melayani pelanggan di Kota Kupang.

Tinjauan penelitian terdahulu sangat mendukung pengambilan keputusan bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang mendukung konsumen memutuskan untuk membeli produk yang disediakan oleh Alfamart di Kota Kupang

Dalam konteks ini, penting untuk dipahami bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Alfamart Kota Kupang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Dengan memahami hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang, manajemen dapat mengidentifikasi area di mana diperlukan dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan lain, seperti pemilik toko, karyawan, dan pemasok, untuk meningkatkan efektivitas operasional dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Berdasarkan uraian di atas, maka judul yang dipilih adalah **"Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Kota Kupang"**

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang

## **1.3 Persoalan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, persoalan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *reliability* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang?
2. Apakah *tangibles* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang?
3. Apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang?
4. Apakah *Assurance* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang?
5. Apakah *Empathy* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang
2. Untuk mengetahui pengaruh *tangibles* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang
4. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang
5. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian serta dapat dijadikan patokan oleh pelaku kebijakan untuk mengenali perilaku konsumen dalam meningkatkan pemasokan pada Alfamart Kota Kupang.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai dimensi keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Alfamart Kota Kupang.

#### **b. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang sejenis tentang keputusan pembelian dalam peningkatan pemasokan.

#### **c. Bagi Universitas**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.