

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sejalan dengan semakin berkembangnya dunia usaha dan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan untuk mengantisipasi persaingan era globalisasi pasar bebas yang ditandai dengan kompetisi ketat diantara semua pemain lokal maupun internasional. Keberadaan maupun kelangsungan bisnis akan sangat tergantung dengan daya saingnya, untuk mutu perusahaan dituntut untuk bisa bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin pesat.

Perusahaan harus mempunyai strategi agar sukses dalam dunia usaha, ukuran yang seringkali dipakai untuk menilai peningkatan kualitas perusahaan adalah pemasaran yang diiringi dengan kepuasan konsumen. Dalam prosesnya, kualitas perusahaan dipengaruhi oleh kepuasan konsumen dimana dengan meningkatnya kepuasan konsumen memegang peranan penting dalam peningkatan kualitas perusahaan karena konsumen adalah kunci untuk meraih keuntungan, kelangsungan hidup perusahaan atau organisasi sangat ditentukan dari bagaimana pandangan konsumen terhadap perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus mengerti bagaimana keinginan konsumen sekarang dan masa depan dengan berusaha memenuhi persyaratan konsumen dan berusaha melebihi harapan konsumen.

kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut (Tjiptono dalam Meithiana Indrasari ,2019:61)

Sekarang ini banyak organisasi banyak berfokus pada kepuasan tinggi karena jika para konsumen yang hanya merasa puas, maka mereka mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek, bukan hanya preferensi rasional.

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen.

Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen/pelanggan. perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan.

Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*income*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya konsumen merasa puas dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh

kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Kualitas layanan pada prinsipnya adalah untuk menjaga janji konsumen agar pihak yang dilayani merasa puas. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya kepuasan konsumen menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **”Dampak Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Indomaret di Kecamatan PALI”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah dampak kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Indomaret di Kecamatan PALI

## **1.3 Ruang Lingkup Masalah**

Penulis memberikan batasan masalah agar penulisan laporan akhir ini tidak menyimpang, maka dari itu penulis membahas mengenai Dampak Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Indomaret di Kecamatan PALI

## **1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah dampak kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Indomaret di Kecamatan PALI.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

1. Sebagai salah satu masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas pelayanannya.
2. Sebagai bahan perbandingan atau referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya, khususnya penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
3. Meningkatkan volume penjualan pada Indomaret di Kecamatan Pali.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Pendekatan penelitian**

#### **a. pendekatan kualitatif**

pada dasarnya pendekatan kualitatif ini lebih menekankan pada aspek kualitas dari objek yang diteliti. Pendekatan kualitatif artinya bentuk pendekatan penelitian kualitatif ini menggunakan data berupa nama, pekerjaan, jenis kelamin, dan umuri dari responden atau informan. Teknik pengumpulan datanya dapat berupa wawancara mendalam serta observasi.

#### **b. Pendekatan kuantitatif**

Pada dasarnya menggunakan data mentah dalam bentuk numerik yang diproses secara statistik untuk menarik kesimpulan dari data yang sudah ada. Contoh metode pengumpulan data kuantitatif adalah kuisioner.

### 1.5.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis Data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu:

#### A. Jenis data

##### 1. Data kualitatif

Data kualitatif adalah jenis data yang menggambarkan informasi melalui tipe data statistik deskriptif sehingga menjadikannya data yang diekspresikan dengan kelompok dan kategori daripada angka. Tipe data ini relevan untuk sebagian besar penelitian dengan penggunaan terbatas dalam statistik karena ketidakcocokannya dengan kebanyakan metode statistik.

##### 2. Data kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang nilainya secara nyata bisa diukur dalam bentuk angka atau hitungan, dengan nilai numerik unik yang terkait dengan tabel setiap teknik pengumpulan data. Sehingga data dalam riser ini juga dikenal sebagai data numerik, tipe data ini mendeskripsikan variabel penelitian yang bersifat numerik.

#### B. Sumber data

##### 1. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti melalui wawancara. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data dengan cara melakukan wawancara kepada pemilik Indomaret untuk mendapatkan data yang akan diolah dalam pembuatan laporan akhir ini yang berhubungan dengan masalah penelitian yang ada.

## 2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan oleh penulis dari dokumen-dokumen yang ada di perusahaan tersebut, Data dapat berupa gambaran umum perusahaan, misalnya sejarah berdirinya, struktur organisasi, uraian tugas dan tanggung jawab.

### 1.5.3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

#### a) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

#### b) Observasi

Menurut Yusuf (2014:384) kunci keberhasilan dari observasi sebagai teknik dalam pengumpulan data sangat banyak ditentukan oleh peneliti itu sendiri, karena peneliti melihat dan mendengarkan suatu objek penelitian dan kemudian peneliti menyimpulkan dari apa yang diamati. Peneliti yang memberi makna tentang apa yang diamatinya dalam relitas dan dalam konteks yang alami, ialah yang bertanya dan juga melihat bagaimana hubungan antara satu aspek dengan aspek yang lain pada objek yang ditelitiny.

#### c) Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan adalah mengumpulkan referensi yang ada dan akan digunakan untuk alat analisa permasalahan yang ada.

### 1.5.4. Populasi dan Sampel

#### A. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:148). Berdasarkan definisi di atas maka dengan demikian yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Indomaret Pali.

Jumlah populasi dihitung dari jumlah pengunjung per hari yaitu sebanyak 47 orang pengunjung berarti jumlah pengunjung dalam 1 minggu sebanyak 329 orang pengunjung. Dalam 1 bulan 1.410 orang pengunjung, jadi dalam 1 tahun sejumlah 16.920 pengunjung. Penghitungan tersebut dilakukan pada tahun 2021 yaitu dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2021.

#### B. Sampel

Sampel adalah sebagian dari seluruh karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:149). Bila populasi besar, dan penelitian ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dalam populasi itu. Kesimpulannya akan dapat diperlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Untuk menghitung sampel yang ada menggunakan rumus Slovin, yaitu

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan n = jumlah sampel yang diperlukan

N = jumlah populasi

e = peesentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

perhitungan sampel sebagai berikut

$$n = \frac{16.920}{1 + 16.920 (1\%)^2 (0,1)}$$

$$n = \frac{16.920}{169,21}$$

$n = 99,99$  di bulatkan menjadi 100 responden

### C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Pengukuran sampel dilakukan melalui statistik atau berdasar pada estimasi penelitian guna menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Pengambilan besar sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. (Sugiyono, 2016:80)

Peneliti menggunakan teknik Accidental Sampling yang termasuk dalam kelompok nonprobability Sampling. Menurut Sugiyono (2016:85) “accidental sampling adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”.



### 1.5.5 Analisa Data

Analisis data adalah bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik simpulan penelitian. Teknik analisis data kuantitatif menurut Sugiyono (2018) merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden (populasi/sampel) terkumpul. Adapun tujuan dari analisis data dalam penelitian ini adalah mengelompokkan data dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif yang dimaksudkan untuk menjabarkan hasil dari kuisisioner. Berikut merupakan langkah dari penyajian presentase tersebut :

#### A. Interpretasi

Menurut (Sugiyono, 2019) analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner untuk mengetahui seberapa besar Dampak Kualitas Pelayanan Karyawan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Indomaret. Masing-masing pertanyaan dari kuisisioner disertai dengan lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih oleh responden. Berikut merupakan langkah dari penyajian presentase tersebut :

$$IS = \frac{\text{TOTAL SKOR PENELITIAN}}{\text{SKOR IDEAL}} \times 100\%$$

Keterangan :

IS : Interpretasi Skor  
 Total Skor Penelitian : Jumlah Responden x Bobot Nilai (1-5)  
 Skor Ideal : Skala nilai tertinggi x Jumlah Responden

Perhitungan skor total untuk masing-masing indikator variabel

adalah sebagai berikut:

a. Skor Total = (Jumlah responden sangat setuju x 5) + (Jumlah responden setuju x 4) + (Jumlah responden tidak setuju x 3) + (Jumlah responden sangat tidak setuju x 2) + (Jumlah responden sangat tidak setuju x 1).

b. Skor Ideal = Diumpamakan seluruh responden menjawab Sangat Setuju x Jumlah total Responden atau Skor Total. Nilai kumulatif adalah jumlah nilai dari setiap pernyataan yang merupakan jawaban dari 100 responden. Persentase adalah nilai kumulatif item dibagi dengan frekuensinya dikalikan 100% sehingga diperoleh jumlah kumulatif terbesar =  $100 \times 5 = 500$ , dan jumlah kumulatif terkecil =  $100 \times 1 = 100$ . Untuk nilai persentasi terkecil adalah  $(100 : 500 \times 100\% = 20\%)$  dengan nilai rentang  $100\% - 20\% = 80\%$  jika dibagi lima skala pengukuran maka di dapat nilai interval persentase sebesar 16%. Untuk melihat skor dari setiap variabel, berikut persentase yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Kriteria Interpretasi Skor**

Persentase	Kategori Presentase
20% - 36%	Sangat tidak baik
>36% - 52%	Tidak baik
>52% - 68%	Cukup baik
>68% - 84%	Baik
>84% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Data dolah Peneliti, 2023

#### B. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:146) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang ada. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Menurut (Sugiyono, 2019:146) jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai tingkatan dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini: Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Intrumen Skala Likert**

No	Keterangan	Bobot
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	2

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

### 1.5.6 Variabel Penelitian

#### a. Definisi Konsep

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kajian yang menganalisis dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan yang ditemukan oleh Vincent Gaspersz dalam Ardane (2017:19) dimensi-dimensi tersebut ialah:

1. Ketetapan waktu
2. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan kualitas pelayan
3. Kemudahan mendapatkan kualitas pelayanan
4. Kenyaman dalam memperoleh kualitas pelayanan
5. Atribut pendukung kualitas pelayanan

Adapun konsep yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kajian yang menganalisis dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan yang ditemukan oleh Parasuraman (Lupiyoadi, 2013:216,), dimensi-dimensi tersebut ialah:

1. *Tangible* atau bukti nyata
2. *Reliability* atau kehandalan
3. *Responsiveness* atau ketanggapan
4. *Assurance* atau jaminan
5. *Empathy* atau empati
6. Kepuasan konsumen

**b. Definisi Operasional**

Dalam setiap indikator yang diteliti, tentunya memiliki variabel yang menjelaskan secara lebih detail konsep dan setiap indikator yang diteliti. Adapun penjelasan dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1.3**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>
Kualitas pelayanan	menurut Parasuraman dalam Arni Purwani dan Rahma. Selanjutnya menurut Wahdiniwaty (2017:65) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.	1. Tangible (Bukti nyata)	1. Penampilan 2. Kemampuan 3. Sarana dan Prasarana	
		2. Reliability (Kehandalan)	1. Ketepatan Waktu 2. Pelayanan 3. Sikap 4. Akurasi	
		3. Resvonsiviness (Ketanggapan)	1. Informasi 2. Produk 3. Jasa	
		4. Assurance (Jaminan)	1. Tulus 2. Individual 3. Pribadi	
		5. Empathy (empati)	1. Pengetahuan 2. Kesopanan 3. Kemampuan	

Sumber : Data diolah penulis, 2023

Dampak kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Indomaret di Kecamatan Penukal Abab Kabupaten Pali

**Tabel 1.4**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>
Kepuasan konsumen	Menurut Vincent Gaspersz dalam Ardane (2017:19) membentuk beberapa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam Kualitas Pelayanan pada industri jasa yaitu sebagai berikut:	1. Ketetapan Waktu	1. Waktu Tunggu 2. Waktu proses 3. Waktu pembayaran	
		2. Kesopanan dan Keramahan	1. Konsumen eksternal 2. Petugas keamanan 3. Petugas kasir 4. Petugas penerima konsumen	
		3. Kemudahan mendapatkan kualitas pelayanan	1. Bongkar outlet 2. Petugas kasir 3. Staff adminisrasi	
		4. Kemampuan dalam memperoleh kualitas pelayanan	1. Lingkungan 2. Kebersihan 3. Ruang tunggu 4. Ac	
		5. atribut pendukung kualitas pelayanan	1. Tulus 2. Individual 3. Pribadi	

Sumber : Data diolah penulis, 2023