

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan pada saat ini memiliki perkembangan yang sangat pesat. Hal ini membuat peningkatan daya saing antar pelaku usaha semakin tinggi dan menuntut para pelaku bisnis untuk meningkatkan serta memodifikasi strategi pemasarannya. Salah satu usaha yang memiliki tingkat daya saing yang tinggi adalah usaha toko yang menjual kebutuhan sehari-hari. Toko kelontong merupakan sebuah jenis usaha yang menjual kebutuhan sehari-hari dalam skala kecil dengan target pasar yang sama dengan pasar tradisional. Bentuk pelayanan yang diberikan oleh sebuah usaha penjualan akan menjadi ciri khas dari usaha tersebut dibenak konsumen. Agar produk tetap menjadi pilihan konsumen, perusahaan harus terus berusaha meningkatkan kualitas dari pelayanan mereka dengan cara memberikan kenyamanan pada konsumen, mampu memenuhi permintaan atas kebutuhan konsumen serta keramahan staff terhadap konsumen.

Perkembangan usaha yang begitu cepat, membuat perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan pendapatannya. Untuk mencapai pendapatan (*profit*) yang diinginkan, bagian yang sangat penting ialah pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Maka dari itu pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan harus memiliki pengelolaan, pengaturan manajemen, dan strategi demi tercapainya target pendapatan. Untuk meningkatkan posisi perusahaan di mata konsumen adalah memberikan pelayanan yang baik. Dalam dunia bisnis dengan persaingan yang ketat, hal yang paling menentukan adalah perusahaan yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik terhadap konsumennya. Memuaskan konsumen sebenarnya adalah memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka sebagai pembeli melalui pelayanan yang diberikan.

Pelayanan memuaskan yang diberikan kepada konsumen sebenarnya sangat penting karena konsumen merupakan sumber utama pendapatan perusahaan dan konsumen juga dapat merekomendasikan kepada orang lain karena kepuasannya terhadap perusahaan tersebut sehingga secara tidak langsung dapat menjadi promosi bagi perusahaan itu sendiri. Seiring waktu konsumen juga saat ini semakin kritis terhadap keinginan mereka dilayani secara baik pada saat pembelian. Menurut Tjipto dan Chandra, terdapat 5 indikator dalam kualitas pelayanan, yaitu *tangible, reability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Perasaan senang atau kecewa konsumen sangat dipengaruhi oleh 5 indikator tersebut, semakin baik perusahaan dalam memenuhi 5 indikator tersebut maka akan meningkatkan tingkat kepuasan calon konsumen terhadap pelayanan yang diberikan sehingga makin besar keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa konsumen Toko Naufal mengenai kualitas pelayanan, ditemukan bahwa beberapa masalah pelayanan di Toko Naufal adalah keterlambatan dalam pelayanan dan kurangnya staf yang tersedia untuk membantu pelanggan selama jam sibuk atau toko sedang ramai pengunjung.

Sebagai usaha yang bergerak dalam bidang penjualan kebutuhan sehari-hari, Toko Naufal harus mampu bersaing dengan kompetitor lainnya yang juga memiliki strategi untuk menarik konsumen. Oleh karena itu, Owner Toko Naufal harus memiliki standar kualitas pelayanan yang diberikan dan pada akhirnya memutuskan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari pada Toko Naufal.

Toko Naufal berlokasi di Jl. Swadaya 1 No. 2067A. Saat ini memiliki 4 karyawan yang bertugas sebagai *helper* dan *crew*. Pada intinya seluruh karyawan berkewajiban untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen yang akan berbelanja di minimarket. Diharapkan dengan semakin lengkapnya produk yang ditawarkan maka semakin meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Tabel 1. 1
Omzet Toko Naufal Palembang

Tahun	Omset Minimarket/Tahun
2019	Rp. 278.154.356
2020	Rp. 283.781.213
2021	Rp. 401.316.100
2022	Rp. 313.172.500
2023	Rp. 256.413.000

Sumber: Minimarket Toko Naufal, 2024

Dari tabel 1 diketahui bahwa pada tahun 2019-2021 terjadi peningkatan omset minimarket yang cukup besar, salah satu faktornya adalah terjadinya pandemi covid-19 yang masuk ke Indonesia sejak bulan Maret 2020 yang menyebabkan peningkatan daya beli masyarakat untuk menjadi stock di rumah. Sedangkan pada tahun 2022-2023 terjadi penurunan omset, penyebabnya adalah berdirinya toko sembako baru dengan jarak 120 meter dari Toko Naufal dan menurunnya daya beli masyarakat sehingga berimbas pada turunnya jumlah pembelian di minimarket Toko Naufal.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Naufal Kota Palembang. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Tingkat Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Naufal Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **”Bagaimana Tingkat Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Naufal Palembang?”**

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menjaga agar penulisan dalam laporan akhir ini tidak menyimpang dari pokok permasalahan, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah. Ruang lingkup yang akan dibahas penulis yaitu hanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Naufal Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah kualitas pelayanan dan keputusan pembelian konsumen pada Toko Naufal.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan nilai-nilai positif dan manfaat, seperti :

a. Manfaat Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis, serta melengkapi ilmu-ilmu yang di dapat selama duduk di bangku perkuliahan dan mengetahui secara pasti bagaimana pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Naufal Palembang.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Dunia Akademik

Bagi dunia akademik diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dan informasi bagi penelitian berikutnya di

bidang sejenis dan juga untuk mengembangkan dunia pendidikan di bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Pemilik Toko Naufal Palembang

Melalui penelitian ini, diharapkan bagi perusahaan hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih tepat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Toko Naufal Palembang yang berlokasi di Jl. Swadaya 1 No. 2067A RT.37 RW.11, Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jenis Data

Menurut Sugiyono (2018), “jenis data penelitian dibedakan menjadi dua yaitu, data kualitatif dan data kuantitatif”.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian Laporan Akhir ini menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

2. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:137), Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner secara langsung di Toko Naufal Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2018:137), merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan didapat melalui studi pustaka dengan membaca literature-literatur, jurnal-jurnal, serta peneliti terdahulu.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2020:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pada penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data primer, instrument kuesioner yang akan digunakan, jawaban dari responden diklasifikasikan menurut skala likert. Dalam menyebar kuesioner , peneliti menyebarkan langsung lembar kuesioner kepada pengunjung Toko Naufal Palembang yang ditemui.

2. Riset Lapangan

Dalam riset lapangan, teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah dengan cara observasi langsung, di mana penulis mengamati secara langsung perilaku, interaksi atau situasi yang diamati

Toko Naufal Palembang. Melalui observasi langsung, penulis bertujuan untuk mengetahui seberapa puas konsumen terhadap pelayanan yang ada di Toko Naufal Palembang.

3. Riset Kepustakaan

Dalam penelitian ini, penulis memilih untuk mengumpulkan data yang diperlukan dengan mencari informasi dari berbagai sumber, termasuk literatur, dokumen, hasil penelitian terdahulu, buku bacaan dan media elektronik seperti internet yang berhubungan dengan laporan penulis. Hal ini dilakukan untuk melengkapi laporan akhir yang sedang disusun oleh penulis.

4. Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kuantitatif dalam penulisan laporan akhir ini. Penelitian kuantitatif, adalah metode yang mengandalkan pengukuran objektif dan analisis matematis (statistik) terhadap sampel data yang diperoleh melalui kuesioner, jejak pendapat, tes atau instrument penelitian lainnya untuk membuktikan atau menguji hipotesis (dugaan sementara) yang diajukan dalam penelitian. Analisa Data Deskriptif, Menurut Sugiyono (2018:146), analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini untuk mengukur variabel, peneliti menggunakan skala Likert yaitu pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang tentang fenomena sosial.

Data dari angket dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif yang akan dianalisis secara deskriptif. Dalam perhitungannya penulis

menggunakan rumus persentase dan kriteria interpretasi skor sebagai berikut :

$$IS = \frac{\sum Skor Penelitian}{\sum Skor Ideal} \times 100\%$$

Keterangan

IS : Interpretasi Skor

$\sum Skor Penelitian$: Jawaban Responden X Bobot Nilai (1-5)

$\sum Skor Ideal$: Skala Nilai Tertinggi X Jumlah Responden

Selanjutnya skor yang diperoleh (dalam %) dengan analisis deskriptif persentase dikonsultasikan dengan tabel kriteria.

Tabel 1. 2

Kriteria Analisis Deskriptif Persentase

No	Persentase	Kriteria
1	75%-100%	Sangat Puas
2	50%-75%	Puas
3	25%-50%	Cukup Puas
4	1%-25%	Tidak Puas

Sumber : Sugiyono (2018:146)

5. Skala Pengukuran

Skala yang digunakan untuk melakukan perhitungan dalam penelitian adalah menggunakan skala Likert. Adapun penelitian masing-masing variabel memiliki bobot nilai antara lain:

Tabel 1. 3

Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2017:94)

Skala likert ini digunakan untuk dijadikan pilihan jawaban diolah untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.

6. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016:52). Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel dan nilai positif maka butir atau pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016:53). Selain itu uji validitas dapat dilihat dari Tingkat signifikasinya, jika menunjukkan hasil yang signifikan yaitu kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan adalah valid (Ghozali, 2016:55)

7. Uji Reliabilitas

Realibilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu

kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016:47). Pada pengujian realibilitas ini, peneliti menggunakan metode statistic Cronbach alpha, suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach alpha $> 0,70$ (Ghozali, 2016:48). Uji realibilitas adalah alat ukur mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable, suatu kuesioner yang dikatakan dalam reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013)

8. Instrumen Penelitian

Tabel 1. 4

Instrumen Penelitian

Variabel	Kode Variabel	Indikator	Definisi Indikator
Kualitas Pelayanan	X	<i>Tangible</i>	Bukti fisik
		<i>Realibility</i>	Keahlian karyawan untuk memberikan pelayanan
		<i>Responsives</i>	Keahlian karyawan dalam membantu apa yang dibutuhkan pembeli
		<i>Assurance</i>	Keterampilan, kesopanan serta kepercayaan karyawan yang diberikan untuk pembeli
		<i>Empathy</i>	Perhatian karyawan secara personal kepada pelanggan

Lanjutan Tabel 1.4

Keputusan Pembelian	Y	Pengenalan Kebutuhan	Pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan
		Pencarian Informasi	Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi
		Evaluasi Alternatif	Konsumen menggunakan informasi untuk sampai pada sejumlah pilihan merek akhir
		Keputusan Pembelian	Tahap dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk
		Perilaku Pasca Pembelian	Konsumen akan membeli kembali sebuah produk apabila merasa puas

