

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat di berbagai sektor, termasuk ritel modern. Minimarket seperti Alfamidi menjadi salah satu pilihan utama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena menawarkan kenyamanan, produk yang beragam, serta lokasi yang strategis (Kotler et al., 2016) Alfamidi Batas Kota Ranomeeto merupakan salah satu gerai yang memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat lokal. Namun, untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kekuatan merek. Kualitas produk menjadi elemen penting dalam mempertahankan kepercayaan konsumen. Produk yang berkualitas memberikan nilai tambah kepada pelanggan karena memenuhi kebutuhan mereka secara konsisten (Parasuraman et al., 1988) Hal ini menjadi kunci dalam memenangkan persaingan di pasar yang kompetitif.

Di sisi lain, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang signifikan. Pelayanan yang baik tidak hanya menciptakan kepuasan pelanggan tetapi juga meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan (Parasuraman et al., 1988) Merek juga memainkan peranan penting dalam proses pengambilan

keputusan pelanggan. Menurut (Aaker 1991), merek yang kuat menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan dan memberikan rasa percaya diri terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Ranomeeto sebagai salah satu wilayah di Kabupaten Konawe Selatan memiliki dinamika sosial dan ekonomi yang unik. Perkembangan infrastruktur dan mobilitas masyarakat di wilayah ini menciptakan peluang besar bagi ritel modern untuk memperluas pangsaannya namun, persaingan bisnis ritel di Kota Ranomeeto juga cukup ketat. Toko-toko tradisional dan minimarket lainnya turut bersaing dalam menawarkan produk dan layanan kepada masyarakat lokal. Oleh karena itu, Alfamidi batas kota perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara mendalam untuk mempertahankan posisi kompetitifnya. Menurut survei oleh (Nielsen 2020), faktor utama yang memengaruhi keputusan belanja pelanggan di ritel modern adalah kualitas produk, diikuti oleh pelayanan pelanggan dan merek. Penelitian ini relevan dalam konteks Alfamidi Batas kota untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan suatu bisnis. Menurut (Kotler et al., 2016) kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan pelanggan terhadap produk atau layanan terpenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka.

Penelitian sebelumnya oleh (Andriani et al., 2019) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan di sektor ritel modern. sedangkan Penelitian (Herliana,. 2021) menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kemudian hasil penelitian yang di lakukan oleh (Putra, 2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian ini belum mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek secara bersamaan. selain itu, penelitian oleh (Wulandari, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi efeknya bervariasi tergantung pada konteks pasar dan preferensi lokal. Dalam konteks merek, penelitian oleh (Hermawan & Hariyanto, 2022) menemukan bahwa merek yang kuat mampu menciptakan keunggulan kompetitif dengan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan layanan.

Studi mengenai pengaruh gabungan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan di Alfamidi batas Kota Ranomeeto belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut. Pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor ini dapat memberikan wawasan bagi alfamidi batas kota dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berbasis data. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dalam

bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait dengan perilaku konsumen di ritel modern.

Alfamidi batas kota ranomeeto yang terletak di Jl. Wolter Mongisidi, Kecamatan ranometo, konawe selatan, Sulawesi Tenggara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ritel khususnya di kabupaten konawe selatan dan sekitarnya. Sebagai perusahaan ritel, sebagian besar pelanggan merupakan peran penting yang menjadi ujung tombak dalam merasakan kepuasan yang ada di toko tersebut.

Alfamidi batas kota adalah salah satu ritel modern PT alfa grup di wilayah ranomeeto Alfamidi memiliki kurang lebih 3 pesaing ritel modern di bawah naungan grup PT indomarco yang selalu ramai dikunjungi pelanggan berdasarkan hasil observasi peneliti, alfamidi batas kota relatif sepi dari kunjungan pelanggan banyak pelanggan yang tidak merasakan kepuasan dalam berbelanja Sementara itu, kualitas produk yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Hal ini membuat pelanggan tidak mendapatkan kepuasan berbelanja dan memikirkan untuk mendatangi toko ritel modern lain yang dapat memberikan kualitas produk yang sesuai. Karena banyaknya pelanggan yang tidak mendapatkan apa yang diinginkan kemudian mendatangi ritel modern lain yang dapat memberikan kualitas produk yang sesuai. Hal ini menunjukkan rendahnya kepuasan pelanggan dalam berbelanja pada pada toko ritel modern tersebut.

Berdasarkan fenomena yang terjadi tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian untuk melihat seberapa jauh sebenarnya pengaruh dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Batas Kota Ranomeeto. Berkaitan dengan uraian tersebut, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Alfamidi Batas Kota Ranomeeto”**.

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian yang di lakukan ini berfokus pada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Batas Kota Ranomeeto

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, terdapat beberapa masalah yang menjadi perumusan masalah yang di kaji yakni:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Batas Kota Ranomeeto?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasann pelanggan Alamidi Batas Kota Ranomeeto?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Batas Kota Ranomeeto?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Batas Kota Ranomeeto?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang di rumuskan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Batas Kota Ranometo
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Batas Kota Ranometo
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Batas Kota Ranometo
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Batas Kota Ranometo

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memberikan wawasan pengetahuan yang lebih mendalam “mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan alfamidi batas kota ranomeeto

1.5.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman, pembelajaran, dan sebagai sarana untuk

membantu dan menambah pengetahuan peneliti mengenai Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan merk terhadap kepuasan pelanggan alfamidi batas kota ranometo

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber penelitian yang relevan bagi peneliti lain yang akan mengkaji mengenai pengaruh kepuasan pelanggan alfamidi batas kota ranometo

c. Bagi Alfamidi Batas Kota Ranometo

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan pada alfamidi batas kota ranometo terkait pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan merk terhadap kepuasan pelanggan

d. Bagi Pelanggan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelanggan memahami kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek yang di berikan kepada pelanggan

1.6. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional juga dapat membantu peneliti yang lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama.

1. Kualitas Produk

Kualitas produk dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkat kesesuaian produk dengan standar yang ditetapkan dan ekspektasi pelanggan. Yang diukur berdasarkan indikator kualitas produk Menurut Kotler dalam (Zulkarnain et al., 2020): Reliabilitas (*Reliability*), Daya tahan (*Durability*) dan kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*).

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah segala aktifitas yang diberikan karyawan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, yang dapat diukur dengan indikator yang digunakan menurut Parasuraman (2003:88), mengungkapkan bahwa ada lima indikator yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: Keberwujudan (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).

3. Citra Merek

Citra merek dalam penelitian ini merupakan persepsi pelanggan terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan asosiasi yang terbentuk di benak pelanggan. Untuk mengukur citra merek digunakan indikator, Kotler dan Keller (2018) yaitu Identitas merek

(*Brand identity*), Kepribadian merek (*Brand personality*), Asosiasi merek (*brand association*), Sikap dan perilaku merek (*brand attitude and Behaviour*), dan Keunggulan dan Kompetensi Merek (*Brand benefit and Competence*)

4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian sesuatu barang atau jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya. Harapan dan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Yang diukur berdasarkan indikator kepuasan pelanggan menurut (Irawan, 2008), yaitu: Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain, dan Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

1.7. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasannya, peneliti membahas kedalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, definisi operasional, dan sistematika pembahasan terdapat dalam bagian ini.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu yang relevan, landasan teori, dan kerangka pikir terdapat dalam bagian ini.

BAB III. METODE PENELITIAN

Jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data terdapat dalam bagian ini.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan uraian tentang hasil atau temuan penelitian dan pembahasannya. Hasil penelitian dan pembahasannya dapat disajikan dalam satu kesatuan atau terpisah.

BAB V. PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan dan saran.

