

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring Dengan Berkembangnya Teknologi Dan Informasi, Cara Pelanggan Berinteraksi Dengan Perusahaan Pun Semakin Beragam. Hal Ini Menciptakan Tantangan Bagi Perusahaan Untuk Menjaga Konsistensi Kualitas Pelayanan Di Berbagai Saluran Komunikasi, Baik Itu Secara Langsung, Melalui Media Sosial, Atau Platform Daring Lainnya. Oleh Karena Itu, Penting Bagi Perusahaan Untuk Memahami Kebutuhan Dan Harapan Pelanggan Secara Mendalam Dan Memastikan Bahwa Seluruh Proses Pelayanan Dapat Memenuhi Atau Bahkan Melampaui Ekspektasi Mereka. Proses Ini Melibatkan Pelatihan Yang Tepat Bagi Karyawan, Pengelolaan Keluhan Yang Efektif, Serta Inovasi Yang Berkesinambungan Dalam Memberikan Solusi Terbaik Bagi Pelanggan.

Kualitas Pelayanan Yang Baik Tidak Hanya Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, Tetapi Juga Berpengaruh Pada Kinerja Finansial Perusahaan. Perusahaan Yang Mampu Memberikan Pelayanan Yang Berkualitas Tinggi Memiliki Peluang Lebih Besar Untuk Membangun Hubungan Jangka Panjang Dengan Pelanggan, Meningkatkan Retensi Pelanggan, Dan Memperoleh Keuntungan Yang Lebih Besar. Oleh Karena Itu, Peningkatan Kualitas Pelayanan Menjadi Prioritas Strategis Bagi Banyak Perusahaan. Menilai Dan Memahami Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, Seperti Kecepatan Pelayanan, Keramahan Staf, Serta Kualitas Produk, Menjadi Hal Yang Sangat Penting Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif Di Pasar Yang Semakin Kompleks Dan Dinamis.

PT Midi Utama Indonesia Tbk, Yang Dikenal Dengan Nama Alfamidi, Merupakan Salah Satu Perusahaan Ritel Terkemuka Di Indonesia. Didirikan Pada 28 Juni 2007 Dengan Nama Awal PT Midimart Utama, Perusahaan Ini Mulai Beroperasi Secara Komersial Pada Tahun Yang Sama Dan Mengubah Namanya Menjadi PT Midi Utama Indonesia Tbk Pada Tahun 2008. Alfamidi Kini Bergerak Dalam Bidang Bisnis Ritel Dan Berusaha Mengintegrasikan Jaringan Ritel Dengan Masyarakat, Mampu Memenuhi Kebutuhan Dan Harapan Masyarakat, Serta Berusaha Semaksimal Mungkin

Memberikan Pelayanan Terbaik. Alfamidi Telah Meraih Banyak Penghargaan Dan Kini Memiliki Banyak Cabang Di Indonesia. Jenis Usaha Ritel Disebut Juga Usaha Besar Terdapat Berbagai Macam, Khususnya Di Wilayah Kota Gunungsitoli, Yaitu Alfamidi Dan Indomaret. Ukurannya Besar, Namun Juga Modern Dalam Lokasi Dan Layanannya.

Bisnis Ritel Modern Atau Pasar Modern Selain Memberikan Alternatif Belanja Menarik Juga Menawarkan Kenyamanan Dan Kualitas Produk, Harga Bersaing Bahkan Terkadang Lebih Murah Dibandingkan Pasar Tradisional/Pedagang Eceran. Kegiatan Dunia Usaha Seperti Minimarket Menjadi Suatu Fenomena Dan Perhatian Yang Menarik. Minimarket Yang Ada Dibuat Sedemikian Rupa Agar Dapat Menarik Minat Para Konsumen Untuk Membeli Disana. Minimarket Yang Ada Harus Mampu Menciptakan Keunggulan Dalam Produk Dan Jasa Yang Ditawarkan, Sehingga Dapat Menarik Minat Konsumen Dan Merasa Puas Karena Kebutuhannya Dapat Terpenuhi Dengan Baik.

Dalam Upaya Mempertahankan Konsumennya, Berbagai Perusahaan Dibidang Bisnis Ritel Ini Berlombalomba Untuk Memberikan Apa Yang Diinginkan Dari Para Konsumennya Yang Menciptakan Strategi Bersaing Yang Baik Dan Terpadu. Dengan Meningkatnya Intensitas Persaingan Dari Perusahaan-Perusahaan Dalam Bisnis Ritel Ini Membuat Para Perusahaan Ini Berlomba Untuk Memberikan Perhatian Dalam Memenuhi Kebutuhan Dan Keinginan Konsumen Serta Berusaha Untuk Memenuhi Harapan Dari Konsumen Dengan Cara Memberikan Pelayanan Yang Lebih. Perusahaan Dituntut Untuk Dapat Memenuhi Kebutuhan Konsumen Dan Menyesuaikan Keinginan Konsumen Sehingga Perusahaan Harus Mampu Mendeteksi Apa Yang Menjadi Kebutuhan Pasar Atau Keinginan Konsumen Serta Membaca Dan Menterjemahkan Setiap Perubahan Situasi Sebagai Peluang Sehingga Konsumen Yang Sudah Ada Sebelumnya Akan Menetap Bahkan Akan Bertambah Seiring Dengan Waktu Yang Berjalan Karena Sebuah Perusahaan Tidak Akan Berkembang Tanpa Adanya Konsumen. Semakin Banyak Konsumen Yang Merasa Puas Dengan Layanan Yang Diberikan Perusahaan, Maka Perusahaan Akan Mampu Bersaing Dengan Perusahaan-Perusahaan Lain.

Alfamidi Adalah Sebuah Bisnis Yang Banyak Dikunjungi Konsumen. Alfamidi Merupakan Pusat Perbelanjaan Yang Menawarkan Berbagai Jenis Produk Dan Layanan Untuk Memenuhi Kebutuhan Masyarakat. Namun Alfamidi Harus Mulai

Meningkatkan Kualitas Layanannya Karena Pesaing Alfamidi Sekarang Adalah Indomaret, Dimana Indomaret Juga Menawarkan Promosi Dan Layanan Yang Sama Di Kota Gunungsitoli. Oleh Karena Itu, Mulai Saat Ini Alfamidi Harus Mulai Meningkatkan Kualitas Layanannya Agar Pelanggan Merasa Senang Dan Memutuskan Untuk Melakukan Pembelian Ulang.

Oleh Karena Itu, Peneliti Akan Mengidentifikasi Permasalahan Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan. Niat Membeli Mengacu Pada Kemungkinan Konsumen Membeli Produk Atau Jasa Tertentu. Peningkatan Minat Pembelian Berarti Peningkatan Volume Pembelian Dan Ketika Seseorang Yakin Dan Puas Terhadap Pelayanan Produk Yang Dibeli. Secara Umum, Penjual Menginginkan Pembeli Yang Selalu Ada.

Mempertimbangkan Perubahan Penjualan Saat Ini, Seperti Selera Dan Faktor Termasuk Keinginan Pembeli Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan. Kualitas Layanan, Termasuk Bukti Fisik, Empati, Daya Tanggap, Keandalan, Dan Jaminan, Semuanya Berdampak Pada Kepuasan Pelanggan Dan Dapat Ditingkatkan Dengan Berfokus Pada Kualitas Layanan Yang Diberikan Kepada Pelanggan. Indeks Kepuasan Pelanggan Ini Dapat Diukur Dengan Berbagai Macam Ukuran. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Yaitu Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan.

Kualitas Pelayanan Memiliki Hubungan Yang Erat Dengan Kepuasan Pelanggan, Sehingga Memberikan Dorongan Kepada Pelanggan Untuk Menjalin Ikatan Yang Kuat Dengan Perusahaan. Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Pelanggan Perlu Terlebih Dahulu Mengetahui Kualitas Pelayanan Yang Diberikan Produsen Kepada Pelanggannya. Kepuasan Pelanggan Akan Timbul Setelah Seseorang Mengalami Pengalaman Dengan Kualitas Pengalaman Yang Diberikan Oleh Penyedia Jasa.

Pelayanan Adalah Suatu Model Yang Menggambarkan Keadaan Di Mana Pelanggan Membentuk Harapan Mengenai Layanan Yang Diharapkan, Layanan Dari Pengalaman Masa Lalu, Promosi Dari Mulut Ke Mulut, Dan Iklan Dengan Membandingkan Layanan Yang Mereka Harapkan Dengan Layanan Yang Mereka Terima Atau Rasakan. Minat Beli Ulang Pelanggan Tergantung Pada Kualitas Pelayanan. Jika Pelayanan Baik Maka Pelanggan Akan Puas Terhadap Pelayanan Tersebut. Maka Minat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Berulang Akan Meningkat.

Pelayanan Adalah Kunci Keberhasilan Dalam Berbagai Usaha Pada Kegiatan Yang Sifatnya Pemberi Jasa. Peranan Pelayanan Akan Lebih Besar Dan Menentukan Jika Pada Kegiatan Jasa Tersebut Bersaing Dalam Upaya Merebut Pangsa Pasar Atau Pelanggan. Salah Satu Cara Agar Penjualan Jasa Lebih Unggul Dibandingkan Para Pesaing Adalah Dengan Memberikan Pelayanan Yang Berkualitas Dan Bermutu Yang Memenuhi Tingkat Kepentingan Pelanggan.

Pelanggan Merupakan Seseorang Yang Terus Menerus Dan Berulang Kali Datang Ke Suatu Tempat Yang Sama Untuk Memuaskan Keinginannya Dengan Memiliki Suatu Produk Atau Mendapatkan Suatu Jasa Dan Membayar Produk Atau Jasa Tersebut. Untuk Dapat Menjadi Pelanggan Yang Loyal, Seorang Pelanggan Harus Memulai Beberapa Tahapan. Proses Ini Berlangsung Lama Dengan Penekanan Dan Perhatian Yang Berbeda Untuk Masing-Masing Tahap Karena Setiap Tahap Mempunyai Kebutuhan Yang Berbeda. Dengan Memperhatikan Masing Masing Tahapan Dan Memenuhi Kebutuhan Dalam Setiap Tahap Tersebut, Perusahaan Memiliki Peluang Yang Lebih Besar Untuk Membentuk Calon Pembeli Menjadi Pelanggan Loyal Dan Klien Perusahaan (Mbango, 2019); (Ban & Kim, 2019).

Loyalitas Pelanggan Memiliki Peran Penting Dalam Sebuah Perusahaan, Mempertahankan Mereka Berarti Meningkatkan Kinerja Keuangan Dan Mempertahankan Kelangsungan Hidup Perusahaan. Manfaat Dari Loyalitas Pelanggan Adalah Berkurangnya Pengaruh Serangan Dari Para Kompetitor Dari Perusahaan Sejenis, Tidak Hanya Kompetisi Dalam Hal Produk Namun Juga Kompetisi Dalam Hal Persepsi. Selain Itu Pelanggan Yang Loyal Dapat Mendorong Perkembangan Perusahaan Dengan Memberikan Ide Atau Saran Kepada Perusahaan Agar Meningkatkan Kualitas Produknya (Christian & Nuari, 2014).

Kepuasan Pelanggan Adalah Perasaan Senang Atau Kecewa Yang Dirasakan Seseorang Setelah Membandingkan Kinerja Produk Yang Diharapkan Dengan Kinerja Yang Sebenarnya. Kepuasan Ini Merupakan Faktor Penting Yang Perlu Diperhatikan Oleh Perusahaan Karena Dapat Mempengaruhi Strategi Pemasaran Yang Akan Diterapkan. Dalam Mengembangkan Bisnis, Baik Produk Maupun Layanan, Harus Memperhatikan Kepuasan Konsumen Untuk Membangun Loyalitas Pelanggan. Ketika Seseorang Menilai Perbedaan Antara Kinerja Yang Diharapkan Dengan Kenyataan Yang Diterima, Mereka Merasakan Perasaan Senang Atau Kecewa, Yang Dikenal Sebagai Kepuasan Pelanggan. Hal Ini Menunjukkan Bahwa Kepuasan Pelanggan

Tercipta Ketika Produk Atau Layanan Yang Diterima Melebihi Harapan Yang Sebelumnya Ada.

Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Yang Mereka Terima Dapat Dibentuk Berdasarkan Pengalaman Dan Saran Yang Mereka Peroleh. Pelanggan Memilih Pemberi Pelayanan Berdasarkan Peringkat Kepentingan. Setelah Pelanggan Menikmati Pelayanan Tersebut Mereka Cenderung Akan Membandingkannya Dengan Yang Mereka Harapkan. Bila Pelayanan Yang Pelanggan Nikmati Ternyata Berada Jauh Di Bawah Pelayanan Yang Mereka Harapkan, Para Pelanggan Akan Kehilangan Minat Terhadap Pemberi Pelayanan Tersebut. Sebaliknya, Jika Pelayanan Yang Mereka Nikmati Sesuai Dengan Harapan Dan Memberi Kepuasan Bagi Pelanggan Tersebut Maka Mereka Akan Cenderung Memakai Kembali Produk Dari Jasa Pelayanan Tersebut.

Ada Beberapa Faktor Yang Menyebabkan Pelanggan Merasa Tidak Puas Dengan Pelayanan Di Alfamidi Yaitu:

1. Tidak Tertera Label Harga Produk Di Etalase
2. Harga Yang Tertera Di Etalase Tidak Sesuai Ketika Melakukan Pembayaran Di Kasir
3. Plastik Tempat Barang Di Bayar
4. Karyawan Yang Melayani Konsumen Tidak Ramah / Kurangnya Penerapan 3S (Senyum, Salam, Dan Sapa)

Berdasarkan Penjelasan Di Atas, Penulis Tertarik Untuk Melakukan Penelitian Di Alfamidi Kota Gunungsitoli Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Bagian Dari Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Bertujuan Untuk Menarik Minat Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Alfamidi Kota Gunungsitoli. Oleh Karena Itu, Judul Penelitian Ini Adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Midi Utama Indonesia Tbk Di Jalan Yos Sudarso 2 Kota Gunungsitoli.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah Di Atas, Peneliti Menemukan Beberapa Masalah Antara Lain:

1. **Ketidak sesuaian Harga Produk Di Etalase Dan Kasir:** Harga Yang Tertera Di Etalase Sering Kali Tidak Sesuai Dengan Yang Tercatat Saat Pelanggan Membayar Di Kasir, Menimbulkan Ketidakpuasan Pelanggan.
2. **Kurangnya Informasi Harga Pada Etalase:** Tidak Semua Produk Memiliki Label Harga Yang Jelas, Sehingga Menyulitkan Pelanggan Dalam Menentukan Pilihan.
3. **Biaya Tambahan Untuk Plastik Pembungkus Barang:** Kebijakan Pembayaran Plastik Tempat Barang Menjadi Salah Satu Faktor Yang Dapat Memengaruhi Kenyamanan Pelanggan.
4. **Karyawan Kurang Ramah Dalam Melayani Pelanggan:** Minimnya Penerapan Prinsip 3S (Senyum, Salam, Sapa) Oleh Karyawan Alfamidi Menyebabkan Pengalaman Berbelanja Menjadi Kurang Menyenangkan.
5. **Kurangnya Inovasi Pelayanan:** Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Indomaret, Alfamidi Perlu Terus Berinovasi Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Agar Tetap Kompetitif.
6. **Ketidakpuasan Pelanggan Berdampak Pada Loyalitas:** Pelanggan Yang Tidak Puas Dengan Layanan Berisiko Pindah Ke Pesaing, Sehingga Menurunkan Tingkat Loyalitas Pelanggan Alfamidi.
7. **Minimnya Manajemen Keluhan Yang Efektif:** Tidak Adanya Sistem Manajemen Keluhan Yang Memadai Dapat Memperparah Ketidakpuasan Pelanggan.
8. **Persaingan Ketat Dengan Minimarket Lain:** Persaingan Antara Alfamidi Dan Indomaret Di Kota Gunungsitoli Memengaruhi Keputusan Pelanggan Untuk Memilih Salah Satu Di Antara Keduanya.
9. **Kurangnya Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Efektif:** Alfamidi Perlu Memperbaiki Strategi Pemasaran Untuk Menarik Lebih Banyak Pelanggan Dengan Menyesuaikan Preferensi Dan Kebutuhan Masyarakat Setempat.
10. **Kurangnya Evaluasi Kualitas Pelayanan Secara Berkala:** Tidak Adanya Evaluasi Yang Rutin Mengenai Kualitas Pelayanan Menyulitkan Perusahaan Untuk Mendeteksi Kekurangan Yang Perlu Diperbaiki.

1.3 Fokus Penelitian

Yang Menjadi Fokus Penelitian Ini Adalah:

1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Midi Utama Indonesia Tbk Di Jalan Yos Sudarso Kota Gunungsitoli

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Penjelasan Latar Belakang Yang Telah Disampaikan Sebelumnya, Maka Rumusan Masalah Dalam Penelitian Ini Adalah:

1. Seberapa Besar Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Alfamidi Yos Sudarso 2 Kota Gunungsitoli?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Midi Utama Indonesia Tbk Di Jalan Yos Sudarso 2 Kota Gunungsitoli

1.6 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian Ini Diharapkan Dapat Memberikan Beberapa Manfaat Sebagai Berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan Kontribusi Yang Signifikan Dalam Mengembangkan Dan Memperdalam Pemahaman Akademis Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Lokasi

- Pengambilan Keputusan Manajerial

Dari Penelitian Ini Dapat Menjadi Acuan Bagi Manajemen Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

- b. Untuk Pembeli

- Rekomendasi Produk Dan Layanan

Pelanggan Yang Puas Cenderung Merekomendasikan Alfamidi Kepada Orang Lain. Penelitian Ini Dapat Membantu Alfamidi Dalam Merancang Strategi Pemasaran Yang Lebih Efektif Berdasarkan Umpan Balik Dari Pelanggan, Sehingga Meningkatkan Jumlah Pembeli Baru.

c. Untuk Unias

- Pendidikan Dan Pelatihan Guru

Program Pelatihan Guru: Universitas Dapat Merevisi Program Pelatihan Guru Yang Bekerja Sama Dengan Alfamidi. Hasil Penelitian Dapat Menjadi Acuan Untuk Meningkatkan Keterampilan Guru Dalam Mengajar Mata Kuliah Yang Terkait Dengan Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen

d. Untuk Peneliti Selanjutnya

Dengan Memanfaatkan Hasil Penelitian Sebelumnya, Peneliti Selanjutnya Memiliki Peluang Untuk Memperdalam Pemahaman Tentang Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan, Serta Menerapkan Temuan Tersebut Dalam Konteks Yang Lebih Luas.