

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan bisnis ritel, terutama bisnis ritel modern saat ini semakin berkembang dengan cukup pesat di Indonesia terutama Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya peritel-peritel yang bermunculan, mulai dari minimarket, supermarket, hypermarket hingga departement store. Dengan bertumbuhnya bisnis ritel ini tentu sangat mempengaruhi perubahan yang terjadi di dalam masyarakat. Peningkatan pendapatan masyarakat saat ini merupakan faktor yang paling berpengaruh di dalam perkembangan industri ritel, dimana peningkatan pendapatan masyarakat menyebabkan perubahan daya beli dan gaya hidup masyarakat. Konsumen yang awalnya hanya berbelanja barang kebutuhan sehari-hari, kini telah berubah dengan mementingkan kenyamanan, kebersihan, keamanan dalam berbelanja, dan kelengkapan barang yang disediakan. Perilaku konsumen ini, menyebabkan banyak pelaku usaha yang bermunculan di dalam industri ritel yang kemudian saling bersaing dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin bertambah.

Ritel modern mengutamakan konsep kenyamanan, kebersihan, keamanan, lokasi yang strategis, kualitas produk yang baik, serta kelengkapan dan variasi produk untuk bersaing dalam industri ritel. Konsep ini memberikan pengaruh besar dalam pertumbuhan dan perkembangan industri ritel terutama bagi Toko Hartono Elektrik yang kini telah berganti nama menjadi Hartono Elektronika. Hartono Elektronika pertama kali berdiri pada tahun 1978 dengan konsep ritel tradisional yang hanya menjual produk atau barang-barang elektrik/listrik. Pada tahun 1980-an Hartono Eletronika mulai mengembangkan usahanya dengan menjual alat-alat

elektronik dan tahun 1999 Hartono Elektronika mengubah nama dari Hartono Elektrik menjadi Hartono Elektronika dengan konsep retail modern yang memiliki beberapa outlet lain (dalam akun Hartono Elektronika, 2013). Penulis menggunakan Hartono Elektronika sebagai obyek penelitian karena Hartono Elektronika merupakan salah satu pelopor retailer barang elektronika yang terbesar di Surabaya, kelengkapan produk yang dijual merupakan keunggulan utama dari Hartono Elektronika. Keunggulan lain dari Hartono Elektronika adalah layanan pembelian secara online melalui website selain itu Hartono Elektronika juga memiliki program Hartono Priority Customer sebagai program untuk meningkatkan loyalitas para pelanggan.

Persaingan yang ketat dalam industri ritel mendorong para riteler untuk lebih kreatif dalam menarik konsumennya. Hal ini berkaitan dengan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Perilaku konsumen dalam membeli berhubungan dengan kepuasan, kepercayaan, *switching barriers* dan loyalitas pelanggan. Dalam temuan Danesh dkk. (2012) telah dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan *switching barriers* sangat berkaitan satu sama lainnya dan menurut temuan Ishak dan Lutfi (2011) loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (Kotler, 2000:36). Suatu kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan tentang suatu harapan akan membentuk suatu ingatan dalam benak konsumen. Produk atau layanan yang ada dalam benak konsumen memiliki kontribusi terhadap pemahaman evaluasi kepuasan konsumen. Kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan pihak yang rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa

yang lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting untuk suatu kepercayaan, terlepas dari kemampuan untuk memonitor atau mengendalikannya pihak lain (Mayer dkk., 1995; dalam Danesh dkk., 2012). Morgan dan Hunt (1994), menyatakan bahwa target perusahaan adalah untuk mengembangkan kepercayaan pelanggan melebihi kepuasan pelanggan untuk mempertahankan pelanggan mereka dalam waktu jangka panjang. Dengan kata lain, kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa merupakan faktor penting lain yang dapat membangun loyalitas (Aydin dkk., 2005; dalam Ishak dan Lutfi, 2011).

*Switching barrier* didefinisikan sebagai kesulitan untuk berpindah ke penyedia produk atau jasa lain yang dirasakan oleh konsumen yang tidak puas dengan layanan yang ada saat ini, atau beban keuangan, beban sosial dan beban psikologis yang dirasakan pelanggan ketika beralih ke penyedia produk atau jasa lain (Fornell dalam Kim dkk., 2004:149; dalam Fadhillah, 2008) dengan kata lain, *switching barrier* memaksa para konsumen untuk tetap menggunakan produk atau jasa perusahaannya saat ini. Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut (Olson, 1993; dalam Musanto, 2004). Konsumen yang puas akan memiliki loyalitas yang lebih besar, yang memungkinkan kesempatan untuk melakukan pembelian ulang di masa depan (Reichheld dan Sasser, 1990; dalam Ishak dan Lutfi, 2011).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperluas pengetahuan kita tentang hubungan antara kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan dan *switching barriers* terhadap loyalitas pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya. Dari uraian, tersebut dapat disimpulkan pentingnya analisis

pengaruh kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan dan *switching barriers* terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga jenis variabel itulah yang menjadi objek dalam melakukan penelitian.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah yang diajukan berdasarkan latar belakang tersebut di atas adalah:

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya?
2. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya?
3. Apakah *switching barriers* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *switching barriers* terhadap loyalitas pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini, diharapkan hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi beberapa pihak, yaitu:

## 1. Manfaat Akademis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berarti dalam memahami Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan *Switching Barriers* terhadap Loyalitas Pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya.
- b. Sebagai tambahan informasi bagi pembaca dalam melakukan penelitian serupa lebih lanjut.

## 2. Manfaat Praktis

Sebagai tambahan informasi yang diharapkan dapat berguna bagi industri ritel dalam menyusun strategi pemasaran ritel yang tepat bagi pasar sasaran dan dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dalam skripsi ini dan memberikan penjelasan singkat pada tiap bab secara jelas dan terarah, berikut adalah sistematika penulisannya secara lengkap:

#### BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan erat dengan masalah yang akan dibahas, hubungan variabel, model analisis dan hipotesis.

#### BAB 3 : METODE PENELITIAN

Berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengukuran

variabel, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisa data.

#### **BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi data, hasil pengolahan data, penelitian hasil pengujian hipotesis, analisis data, dan pembahasan.

#### **BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian ini merupakan bab penutup yang menjelaskan tentang simpulan yang berdasarkan analisis dari bab-bab sebelumnya, saran, dan juga keterbatasan penelitian.