

## **BAB I**

### **Latar Belakang**

Perkembangan usaha bisnis di Indonesia bertambah pesat tiap tahunnya seperti bisnis ritel modern yang kini telah menjamur di berbagai daerah terutama di kota besar seperti Makassar, Palembang, Jakarta, Medan, dan lain-lain. Dalam proses memenuhi kebutuhannya masyarakat menginginkan proses pembelian barang yang mudah, harga yang terjangkau, pelayanan yang baik dan taklupa dengan promosi-promosinya.

Tingginya minat masyarakat dalam berbelanja dan berekreasi ke pusat perbelanjaan membuat para pelaku usaha bisnis ritel melihat adanya peluang dalam memperoleh keuntungan. Tidak hanya peritel local, tetapi ritel modern asing juga akan menjadi ancaman bagi peritelan local yang sebelumnya sudah menguasai pasar.

Salah satu jenis ritel moderen yang berkembang cukup pesat di Indonesia adalah hypermarket seperti Transmart Carrefour, hypermart, giant, dan lain-lain Bagi masyarakat Indonesia belanja merupakan keharusan terutama dalam proses memenuhi kebutuhan sehari-hari. Untuk itu, para peritel pasti akan menawarkan sesuatu yang berbeda di banding dengan pesaingnya.

Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan competitor. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama akan tetapi berbeda

layanan, kualitas dan promosi. Konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan di beli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk, mulai dari tahap pembelian sampai pada tahap beli ulang.

Adanya persaingan tersebut menjadikan pengelolaan bisnis perdagangan eceran tidak lagi hanya sekedar membuka toko dan mempersiapkan barang-barang yang lengkap, tetapi perlu ditambah dengan pelayanan yang lebih memuaskan konsumen. Bahkan persaingan yang terjadi sekarang bukan hanya melayani memberikan promo-promo kepada konsumen dalam menyediakan berbagai kebutuhan hidup sehari-hari, tetapi juga dalam hal penyediaan tempat hiburan bagi keluarga. Jadi fungsi supermarket pada saat ini sudah bergeser, dari penyediaan kebutuhan hidup sehari-hari dalam bentuk ecer beralih menjadi tempat rekreasi untuk mencari hiburan dan membuang stress akibat rutinitas kerja

Hal tersebut di apresiasi oleh PT Carrefour Indonesia yang mewujudkannya dengan supermarket Carrefour pusat perbelanjaan ritel dan bahan makanan dan minuman yang yang memiliki kualitas pelayanan, promosi, serta menyediakan tempat hiburan bagi anak-anak maupun dewasa karena Carrefour terletak di dalam PS mall. namun persaingan bisnis ritel Carrefour tidak berakhir disitu saja banyak pula bisnis ritel yang lain yang berada di lingkungan PS mall dan menawarkan harga-harga promosi yang lebih menarik. saat ini Carrefour telah menjangkau hampir seluruh Indonesia seperti Jakarta, Palembang, Bandung, dan lain-lain pihak Carrefour berupaya memberikan yang cepat, berkualitas, dan terjangkau.

Persaingan yang ketat membuat pengolah Carrefour harus berfikir keras untuk memberikan pelayanan berbelanja dan promosi-promosi yang lebih baik pada konsumen, peningkatan pelayanan dalam belanja ini terus diupayakan oleh pengolahan, sehingga Carrefour dapat memberikan layanan one stop shopping, yaitu sekali mengunjungi departemen store semua kebutuhan dapat terpenuhi, di bandingkan bisnis ritel yang lainya.

Kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen Menurut Kotler (2003:57), pengertian kualitas pelayanan adalah *Quality is the totality of features and characteristic of a product or service that bear on it's ability stated needs*". Artinya kualitas merupakan keseluruhan sifat-sifat dan karakter-karakter suatu produk atau jasa, berdasarkan kemampuannya untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung. Jadi dapat di ambil kesimpulan segala bentuk aktifitas yang di lakukan perusahaan harus sesuai dengan ekpetasi serta meningkatkan ke unggulan suatu pelayanan untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan pelanggan.

Ada beberapa factor yang dapat mempengaruhi, salah satunya adalah kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang di berikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang ataupun jasa, konsumen harus di berikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan minat ulang beli. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainya apabila memberian pelayanan yang baik.

Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus menjadi misi utama bagi sebuah market dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Widodo (2016) “menyatakan bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang pembelian”. Semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan oleh pegawai, maka semakin tinggi minat beli ulang pelanggan Carrefour Palembang *square*.

Carrefour PS mall memiliki persaingan dengan perusahaan ritel lainnya seperti hypermart, gian, lotte mart, dan lain-lain ataupun dengan mini market yang berada di luar PS mall dengan adanya permasalahan kualitas pelayanan pada Carrefour PS mall, seperti pegawai yang kurang aktif dalam memberikan pelayanan seperti kasir yang sedikit, ac yang sedikit panas , serta penataan produk-produk yang tak beraturan dan harga diskon yang jauh lebih tinggi, dari perusahaan ritel lainnya. Dengan permasalahan tersebut persaingan yang memiliki berbagai ke unggulan dan kelemahan yang dapat di manfaatkan oleh perusahaan ritel lainnya untuk berusaha meningkatkan jumlah konsumen, mereka maka carrefour perlu memperbaiki ataupun menambah kualitas pelayanan yang di berikan, memperhatikan pelayanan yang baik, ramah, penampilan yang rapi an sopan, SPG yang gencar mempromosikan, lantai yang harus bersih dan wangi setiap harinya, ac, yang selalu menyala kebersihan juga harus di perhatikan tak jarang oknum yang tidak bertanggung jawab membuang sampah sembarangan, merusak dan menaru sembaragan keramahan dari pegawai hal ini yang harus di perhatikan dari pegawai-prgawai carrefour karena hal ini dapat membuat

konsumen carrefour membanding-bandingkan dengan supermarket lainnya dan beralih ke pelayanan yang lebih baik.

Begitupun juga promosi dalam perusahaan merupakan bagian terpenting di samping variable lain yaitu kualitas pelayanan dan minat beli ulang Carrefour PS mall palembag. Dalam hal promosi Carrefour juga memiliki permasalahan, yaitu kurang aktif nya para sales promotion (SPG) dalam mempromosikan produk mereka masing-masing, Suatu usaha tidak akan berguna selamam usaha tersebut tidak sampai ke tangan konsumen yang membutuhkan dan tentunya konsumen tidak akan mengetahui jika tanpa adanya promosi. Maka dari itu promosi dapat di artikan sebagai komunikasi awal antara perusahaan dengan konsumen. karena banyaknya perusahann ritel yang berada di dalam maupun di luar PS mall yang memiliki banyak promosi-promosin yang jauh lebih murah ketimbang carrefour dan memperhatikan cara kerja yang di lakukan oleh sales promotion girl (spg), menjelaskan kelebihan tiap-tiap produk yang mereka pegang, agar dapat sampai ke konsumen dan memberi diskon- diskon karena dengan adanya diskon-diskon tersebut membuat para konsumen tertarik dan ingin mencoba produk tersebut dan promosi yang banyak untuk menjadi daya tarik agar pelanggan melakukan ntransaksi ulang ke carrefour PS mall.

Prilaku konsumen pada pembelian sangatlah penting bagi perusahaan. Prilaku konsumen dapat mempengaruhi ucapan-ucapan mereka pada pihak lain tentang produl-produk perusahaan. Konsumen yang telah memperoleh pengalaman dalam pembelian produk mengonsumsi produk yang di sukai akan

melakukan pembelian berulang-ulang atau sebaliknya jika terjadi ketidakpuasan dimasa lalu maka konsumen tidak pernah lagi melakukan pembelian.

Itulah yang terjadi pada Carrefour PS mall, dengan permasalahan kualitas pelayanan dan promosi seperti yang telah di tuliskan di atas membuat konsumen tidak lagi melakukan transaksi di Carrefour PS mall dan memilih perusahaan ritel yang jauh lebih baik dari careefour PS mall.

Maka dari itu carrefour pas mall perlu banyak memperhatikan kualitas pelayanan dan promosi-promosi agar dapat menjangkau kepuasan konsumen, jika konsumen merasa puas dengan kualitas dan promosi yang jauh lebih bagus dari competitor maka konsumen akan selalu mengingat dan mempromosikan tempat tersebut kepada orang lain juga dan konsumen merasa cenderung ingin kebalik lagi melakukan pembelian di tempat yang sama.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk menganalisis PT Carrefour Palembang square yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Carrefour Palembang Square Mall”**

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis menemukan beberapa masalah di antaranya ialah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Carrefour PS mall ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Carrefour PS mall ?

3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Carrefour PS mall ?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan Untuk menganalisis pengaruh variable kualitas pelayanan, dan promosi terhadap minat beli ulang konsumen Carrefour PS mall.

### **Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Bagi manajemen perusahaan di harapkan penelitian ini di jadikan pacuan dalam penentuan kebijakan maupun strategi perusahaan dimasa yang akan datang, untuk memperoleh keuntungan atau tujuan bersama

2. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan baru berdasarkan pengalaman yang telah di peroleh selama melakukan penelitian khususnya di bidang perilaku konsumen dan manajemen pemasaran

3. Bagi Intitusi

Diharapkan laporan ini dapat menambah pengetahuan dan sebagai refrensi bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lainya dalam melakuka penelitian.

## **Ruang Lingkup Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah dan teratur maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian hanya pada kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli ulang Carrefour PS mall Palembang.

## **Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini di susun dalam lima bab, dimana di tiap bab tersebut akan di bagi lagi menjadi sub-bab yang akan dibahas secara terperinci. Berikut merupakan system matika dari masing-masing bab dan keteranganya:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini di jelaskan tentang kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat ualang beli, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan mengenai ruang lingkup penelitian, operasional variable, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis.

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan mengenai kuesioner dan perhitungan kuesioner.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil analisis dan saran perusahaan.

**DAFTAR****PUSTAKA****LAMPIRAN**