

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada masa sekarang ini, pola hidup masyarakat Indonesia semakin berkembang. Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang begitu cepat dengan perkembangan zaman sekarang. Perkembangan itu sangat terlihat dengan adanya fasilitas-fasilitas yang mendukung setiap kegiatannya sejalan dengan perkembangan tersebut. Perkembangan tersebut sangat berperan penting dalam perekonomian Indonesia yang memberikan perubahan bagi kehidupan masyarakat luas.

Salah satu dampak dari perkembangan teknologi adalah semakin banyak bisnis-bisnis ritel yang berkembang di Indonesia seperti pasar swalayan, supermarket ataupun pusat pembelanjaan lainnya yang semakin banyak memberikan kenyamanan, kemudahan dan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas agar konsumen mendapatkan kebutuhan hidupnya secara efektif dan efisien. Dengan banyaknya pusat perbelanjaan yang dibangun maka persaingan juga akan menjadi semakin tinggi, sehingga masyarakat atau konsumen ingin mendapatkan pelayanan yang lebih baik lagi, sesuai apa yang di inginkan untuk pemenuhan kebutuhannya. Sehingga membuat tugas pemasaran semakin besar, karena tugas pemasaran adalah fungsi yang paling penting bagi perusahaan.

Setiap perusahaan harus menciptakan strategi bersaing yang baik karena persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Intensitas persaingan meningkat ketika masing masing perusahaan berjuang untuk mendapatkan pangsa pasar serta berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan inovasi yang terus menerus perusahaan juga harus berupaya untuk menarik calon konsumen menjadi konsumen potensial dan pada akhirnya dapat menjadi pelanggan tetap, karena sukses atau tidaknya perusahaan sangat ditentukan oleh konsumennya. Apabila konsumen merasa puas dengan produk yang kita tawarkan, maka ia akan melakukan pembelian ulang.

Pada era modern saat ini, berbagai perusahaan banyak mempelajari bagaimana tanggapan konsumen atau masyarakat luas terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan juga ingin mengetahui faktor faktor apa saja yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Hal ini juga dilakukan kepada usaha bisnis yang bergerak di bidang ritel.

Ritel adalah sebuah bisnis penjualan barang atau jasa secara eceran atau satuan, yang produknya langsung ditujukan kepada konsumen, untuk memenuhi kebutuhan pribadinya bukan sebagai produk yang akan dijual atau diproses sebagai bahan membuat produk lain. Menurut Kotler dalam Foster (2008: 34) Ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.

Dari sudut pandang konsumen, produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi penggunanya. Menurut Kotler (2009:42) “Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Produk di beli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produksi (tangible features), tetapi juga aspek non fisik (intangibile features) seperti citra dan jasa yang dapat di lihat. Dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merk, kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Selain kelengkapan produk hal yang perlu diperhatikan adalah lokasi. Dalam perusahaan lokasi usaha adalah hal yang paling utama yang perlu dipertimbangkan, karena lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam memilih

lokasi, sebagai salah satu faktor mendasar yang sangat berpengaruh pada penghasilan biaya, baik biaya tetap maupun biaya variable. Lokasi usaha juga akan berhubungan dengan masalah efisiensi transportasi dan kemudahannya dalam mencapai konsumen. Lokasi juga berpengaruh terhadap kenyamanan pembeli dan juga kenyamanan bagi pemilik usaha.

Lokasi yang strategis dalam teori wirausaha diartikan sebagai lokasi dimana banyak ada calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan dekat dengan keramaian yang ada di sekitarnya merupakan lokasi yang tepat untuk mendirikan usaha. Sebelum seseorang mengambil keputusan untuk berbelanja maka mereka akan memilih atau mempertimbangkan lokasi yang strategis dan berjalan maju dibandingkan dengan supermarket yang lokasinya kurang strategis.

Dengan banyaknya usaha ritel yang ada di Kota Medan dan ditambah dengan semakin canggihnya pengetahuan dan teknologi masyarakat dalam memilih produk. Aroma Prima Supermarket sadar betul bahwa pelayanan yang ramah, cepat dan tepat, produk yang berkualitas, harga yang murah, dan fasilitas yang nyaman serta aman merupakan nilai lebih untuk menarik pelanggan dan memenangkan persaingan yang ada pada saat ini. Akan tetapi yang menjadi permasalahan pada Aroma Prima Supermarket adalah bahwa kelengkapan produk yang kurang lengkap dan kurang tersedianya produk-produk yang diinginkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Lokasi pada Aroma Prima Supermarket merupakan tempat yang strategis karena mudah dijangkau oleh konsumen atau masyarakat, tetapi yang menjadi masalah adalah tidak adanya ketersediaan lahan parkir yang baik dan kurang luas. Biasanya pelanggan yang datang menggunakan kendaraan pribadi seperti mobil atau sepeda motor, oleh karena itu lahan parkir keberadaannya sangat dibutuhkan oleh para pelanggannya yang datang dengan kendaraan pribadinya. Saat ini yang dicari pelanggan adalah kelengkapan produk serta lokasi sebagai kepuasan tersendiri bagi pelanggan yang berbelanja pada Aroma Prima Supermarket.

Alasan mengapa peneliti memilih kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan karena peneliti merasa kurang puas dan tidak nyaman karena produk yang ada di Aroma Prima Supermarket kurang lengkap atau kurang tersedianya produk yang diinginkan serta peneliti merasa tidak nyaman karena lahan parkir yang kurang baik dan kurang luas.

Berdasar latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan mengambil topic berkaitan yaitu: **“Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aroma Prima Supermarket Di Kota Medan.**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada penjelasan sebelumnya, maka dapat dilakukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Persaingan bisnis pada Aroma Prima Supermarket semakin ketat di wilayah Kota Medan.
2. Kelengkapan produk yang kurang memadai pada Aroma Prima Supermarket di Kota Medan.
3. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Aroma Prima Supermarket di Kota Medan.

## **1.3 Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1.3.1 Batasan Masalah**

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari tujuan yang telah direncanakan sehingga dapat mempermudah dalam mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis membatasi masalah ini hanya pada ***“Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aroma Prima Supermarket Di Kota Medan”***.

### **1.3.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian batasan masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Aroma Prima Supermarket di Kota Medan?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Aroma Prima Supermarket di Kota Medan?
3. Apakah kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

### **1.4 Tujuan Masalah**

Tujuan penelitian merupakan pedoman pada setiap melakukan penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang dirumuskan. Oleh karena itu tujuan penelitian skripsi ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk pada Aroma Prima Supermarket di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui lokasi yang ada pada Aroma Prima Supermarket di Kota Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Aroma Prima Supermarket di Kota Medan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, yaitu untuk menambah dan mengembangkan pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Aroma Prima Supermarket di Kota Medan.
2. Bagi perusahaan, yaitu dapat memberikan atau membagi pemikiran atas masukan yang diharapkan untuk dapat membuat kelengkapan produk dan lokasi yang lebih baik lagi sehingga banyak konsumen berminat untuk berbelanja di Aroma Prima Supermarket di Kota Medan.

3. Bagi pihak lain, yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan dan dasar dalam melakukan penelitian.