

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

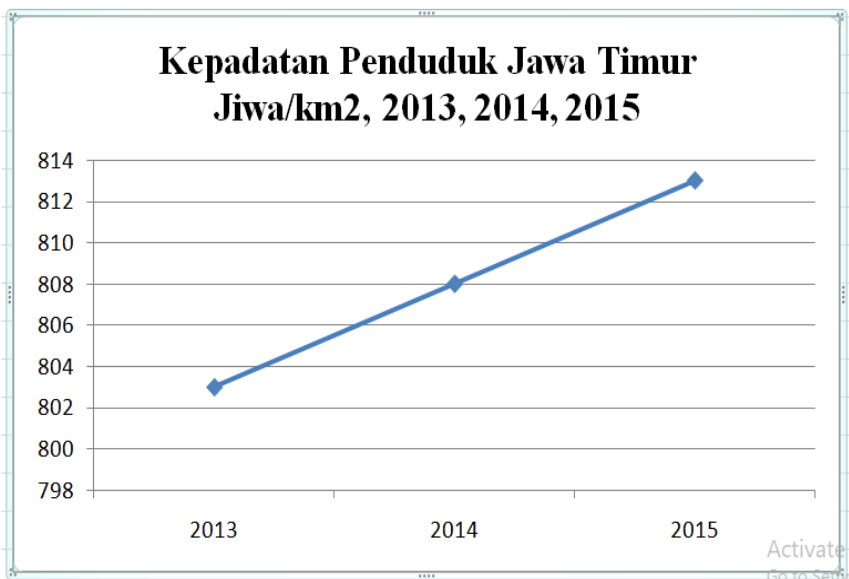
Utami (2010:5) mengungkapkan *retailing* merupakan penjualan eceran meliputi semua aktivitas yang dihasilkan dan didistribusikan oleh manufaktur melibatkan penjualan barang dalam jumlah besar yang kemudian akan dikonsumsi oleh konsumen akhir dalam jumlah kecil atau sesuai dengan kebutuhannya. Seiring dengan perkembangan jaman, pertumbuhan bisnis ritel semakin lama semakin baik, hal ini dapat diketahui dari total nilai penjualan ritel pada tahun 2015 sebesar Rp 181 triliun, sedangkan pada tahun 2016 sebesar Rp 200 triliun (Kompas, 2017). Pada tahun 2016 jumlah toko ritel telah mencapai 36.000 (Sentananews, 2017) gerai di seluruh Indonesia, dengan adanya hal tersebut, dapat diketahui bahwa persaingan antar toko ritel semakin ketat. Salah satu bisnis ritel yang banyak terdapat di Indonesia adalah bisnis ritel bahan bangunan.

Semakin bertambahnya penduduk dapat diketahui dari kepadatan penduduk Jawa melalui Badan Pusat Statistik (BPS) (2017) bahwa pada tahun 2013 kepadatan penduduk sebanyak 803 jiwa/km<sup>2</sup>, 2014 sebanyak 808 jiwa/km<sup>2</sup>, 2015 sebanyak 813 jiwa/km<sup>2</sup>, maksud dari hal tersebut adalah setiap 1 km<sup>2</sup> terdapat penduduk sebanyak 803 jiwa pada tahun 2013, setiap 1 km<sup>2</sup> terdapat penduduk sebanyak 808 jiwa pada tahun 2014 dan setiap 1 km<sup>2</sup> terdapat penduduk sebanyak 813 jiwa pada tahun 2015.

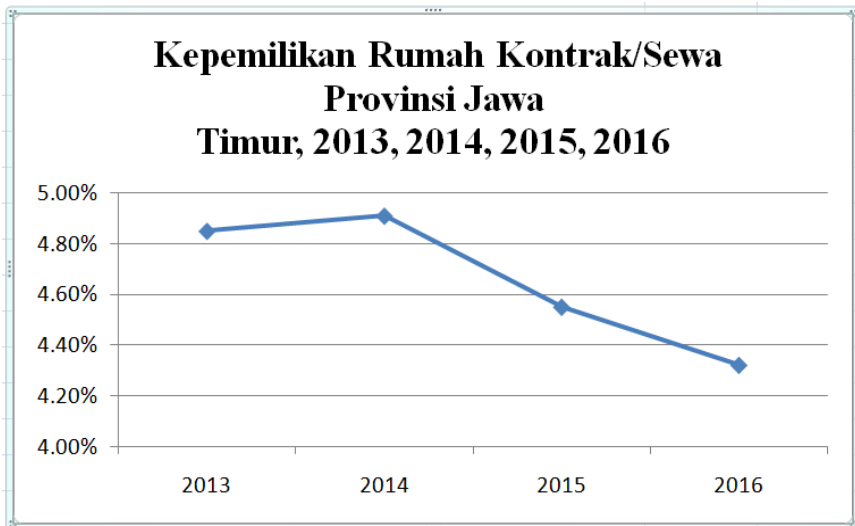
Kepadatan penduduk yang semakin meningkat jiwa/km<sup>2</sup> dapat menunjukkan bahwa kebutuhan akan tempat tinggal juga semakin meningkat, sehingga banyak peritel yang menjual bahan bangunan baik untuk membangun maupun mendekor rumah yang telah ada. Persentase rumah tangga menurut

provinsi dan status kepemilikan rumah kontrak/sewa dari tahun 2013, 2014, 2015 hingga tahun 2016 semakin menurun. Tahun 2013 sebesar 4,85%, 2014 sebesar 4,91%, 2015 sebesar 4,55%, 2016 sebesar 4,32% (Badan Pusat Statistik, 2017). Persentase rumah tangga menurut provinsi dan status kepemilikan rumah milik sendiri dari tahun 2013, 2014, 2015 hingga tahun 2016 semakin meningkat. Tahun 2013 sebesar 87,28%, 2014 sebesar 87,14%, 2015 sebesar 90,46%, 2016 sebesar 90,76% (Badan Pusat Statistik, 2017).

Melihat perbandingan data persentase rumah tangga menurut provinsi dan status kepemilikan rumah sewa/kontrak dan status kepemilikan rumah milik sendiri dari tahun 2013, 2014, 2015 sampai dengan tahun 2016 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) (2017) tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tahun semakin banyak masyarakat Jawa Timur yang memiliki rumah sendiri dibandingkan dengan masyarakat yang mengkontrak/sewa.



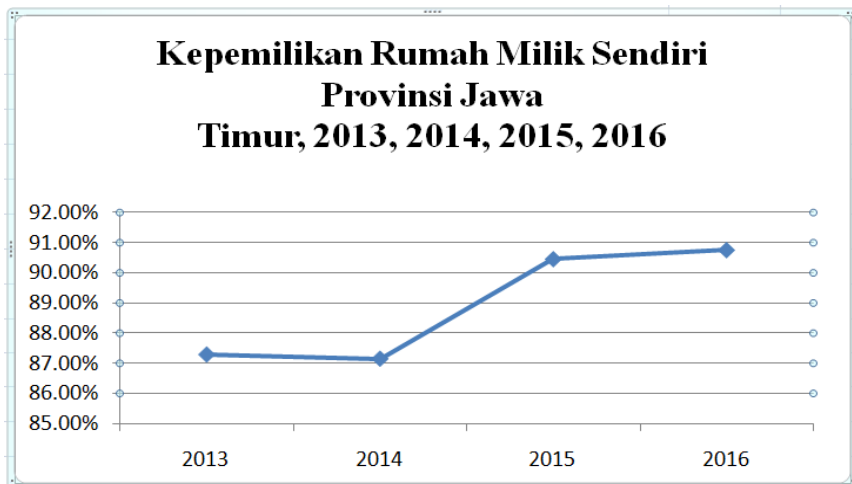
Gambar 1.1.  
Kepadatan Penduduk Jawa Timur Jiwa/km<sup>2</sup>, 2013, 2014, 2015  
Sumber: Badan Pusat Statistik



Gambar 1.2.

Persentase Rumah Tangga Menurut Provinsi dan Status Kepemilikan Rumah  
Kontrak/Sewa, 2013, 2014, 2015, 2016

Sumber: Badan Pusat Statistik



Gambar 1.3.

Persentase Rumah Tangga Menurut Provinsi dan Status Kepemilikan Rumah  
Milik Sendiri, 2013, 2014, 2015, 2016

Sumber: Badan Pusat Statistik

Ritel bahan bangunan tidak hanya terletak di satu tempat saja, melainkan terdapat di berbagai tempat sehingga dapat berdampak pada kesetiaan konsumen yang akan dapat dengan mudah berpindah dari satu toko bahan bangunan ke toko bahan bangunan lainnya. Kondisi tersebut mengharuskan setiap ritel bahan bangunan dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan atau keinginan konsumennya sehingga dapat membuat konsumen setia terhadap satu ritel bahan bangunan saja. Cara mendapatkan kesetiaan konsumen bukan hanya dari harga barang yang murah saja melainkan juga dari faktor-faktor lain jika tidak ingin ditinggalkan oleh konsumen. Menurut Tjahyadi (2006), istilah loyalitas pelanggan menunjukan pada kesetiaan pelanggan pada objek tertentu, seperti merek, produk, jasa, atau toko.

Cara mendapatkan kesetiaan konsumen (Tax *et al.*,1998) yaitu meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dengan cara pemulihan dalam kegagalan layanan, yang terpenting dapat dipandang sebagai faktor penting untuk diferensiasi dan untuk pemeliharaan kesetiaan dari konsumen. Liu Chung-Tzer *et al* (2011) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *playfulness* dan kualitas pelayanan terhadap kesetiaan konsumen melalui kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan dan keakraban berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan konsumen melalui kepercayaan konsumen. Dalam hal tersebut Liu Chung-Tzer *et al* (2011) melakukan penelitian dalam konteks *mobile telecommunication service*.

Penelitian lain, yang melakukan penelitian mengenai kesetiaan konsumen yaitu Evandro dan Marcos (2015). Dalam penelitiannya, Evandro dan Marcos (2015) mengatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara proses keadilan dengan kesetiaan konsumen. Hal tersebut mereka teliti melalui objek ritel yang menjual bahan konstruksi bangunan.

Peneliti melakukan penelitian ini dengan menggunakan objek ritel bahan bangunan DEPO yang terletak pada Jl. Ahmad Yani No. 41-43, Gedangan Waru

Sidoarjo Sawotratap. Peneliti melakukan penelitian pada toko bahan bangunan DEPO karena toko bahan bangunan DEPO memiliki konsep *one stop shopping* yang berarti konsumen dapat berbelanja pada supermarket DEPO segala macam kebutuhan bahan bangunan dan perlengkapan rumah atangga dalam satu atap, lengkap, nyaman, harga relatif lebih murah dengan kualitas terjamin. Pada toko ritel bahan bangunan DEPO memiliki harga yang relatif murah karena produk bahan bangunan yang disediakan langsung dari produsen. Ritel bahan bangunan yang dimaksud merupakan ritel bahan bangunan yang menjual kebutuhan dasar untuk membangun seperti semen, batubata, dsb dan juga menjual kebutuhan interior seperti keramik, lampu, dsb.

Keterkaitan antara objek penelitian dengan variabel penelitian adalah seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada objek ritel bahan bangunan tidak hanya menjual kebutuhan dasar untuk membangun melainkan juga menjual kebutuhan interior dalam membangun, dalam ritel bahan bangunan tersebut juga terdapat karyawan yang menawarkan atau menjelaskan produk yang diinginkan oleh pelanggan sehingga dari kualitas pelayanan yang diterima konsumen, jika memuaskan dapat menimbulkan kesetiaan konsumen. Variabel keakraban dapat didapatkan dari nilai produk yang ditawarkan oleh karyawan.

Variabel independen tersebut (kualitas pelayanan dan keakraban) jika dapat menimbulkan kepuasan dan kepercayaan konsumen, maka akan dapat menimbulkan kesetiaan konsumen. Jadi peneliti melakukan penelitian ini dikarenakan terdapat peningkatan kepadatan penduduk Jawa Timur jiwa/km<sup>2</sup> dari tahun 2013, 2014, 2015 (Badan Pusat Statistik, 2017), sehingga dengan adanya peningkatan kepadatan penduduk jiwa/km<sup>2</sup> tersebut maka kebutuhan akan tempat tinggal akan semakin meningkat. Selain dari meningkatnya penduduk Jawa Timur juga terdapat penurunan persentase penduduk yang mengkontrak/sewa rumah dari tahun 2013, 2014, 2015 hingga 2016 dan terjadi peningkatan persentase penduduk yang memiliki rumah sendiri dari tahun 2013,

2014, 2015 hingga 2016 (Badan Pusat Statistik, 2017). Peneliti melakukan penelitian ini juga dikarenakan ingin mengetahui hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dan keakraban terhadap kesetiaan konsumen melalui kepuasan dan kepercayaan konsumen dengan objek penelitian ritel bahan bangunan.

Peneliti tertarik untuk meneliti judul ini karena peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana ritel bahan bangunan mampu menciptakan kepuasan konsumen dan kepercayaan pada konsumen sehingga dapat menghasilkan kesetiaan konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti bagaimana ritel bahan bangunan mampu bersaing dengan semakin banyaknya ritel yang bermunculan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada ritel bahan bangunan DEPO?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada ritel bahan bangunan DEPO?
3. Apakah keakraban berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada ritel bahan bangunan DEPO?
4. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap kesetiaan konsumen pada ritel bahan bangunan DEPO?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kesetiaan konsimen pada ritel bahan bangunan DEPO?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin peneliti capai adalah untuk:

1. Menguji dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada ritel bahan bangunan DEPO.
2. Menguji dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen pada ritel bahan bangunan DEPO.
3. Menguji dan menganalisa pengaruh keakraban terhadap kepercayaan konsumen pada ritel bahan bangunan DEPO.
4. Menguji dan menganalisa pengaruh kepuasan terhadap kesetiaan konsumen pada ritel bahan bangunan DEPO.
5. Menguji dan menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap kesetiaan konsumen pada ritel bahan bangunan DEPO.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Akademis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menerapkan teori-teori mengenai kualitas pelayanan, keakraban, kepuasan, kepercayaan dan kesetiaan. Hasil penelitian ini juga diharapkan agar dapat menjadi acuan bagi penelitian yang akan datang, pada objek penelitian yang berbeda.

2. Manfaat Praktik

Hasil penelitian ini semoga bermanfaat untuk memberikan informasi atau gambaran yang lebih riil, kualitas pelayanan dan keakraban terhadap kesetiaan konsumen melalui kepuasan dan kepercayaan konsumen pada ritel bahan bangunan DEPO, agar ritel bahan bangunan mengetahui hal-hal yang dapat menciptakan kesetiaan konsumen, sehingga dapat menghadapi tajarnya persaingan antar toko ritel bahan bangunan.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibagi menjadi 5 bab, yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

### BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini akan menguraikan tentang penelitian terdahulu beserta landasan teori yang terdiri dari: kualitas pelayanan, keakraban, kepuasan, kepercayaan dan kesetiaan konsumen, pengaruh antar variabel, model penelitian.

### BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan tentang cara-cara untuk melakukan kegiatan penelitian, yaitu: esain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengukuran variabel, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel serta teknik analisis data.

### BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai: karakteristik responden, deskripsi data, dan hasil analisis data, yang berbasis pengujian dengan menggunakan *structural equation modeling* (SEM), serta pembahasan penemuan penelitian.



## BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan berisi tentang simpulan yang merupakan rangkuman dari hasil pengujian hipotesis dan pengujian saran yang mungkin bermanfaat bagi manajemen toko bahan bangunan penelitian yang akan datang.