Word to PDF v5.0 - UnRegistered Http://word-to-pdf.abdio.com
Quickly Convert Word(.doc),RTF,HTM,CSS,TXT to PDF. Buy Now

Bab I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan social budaya sebagai akibat dari arus perubahan global yang mendorong transformasi pada seluruh aspek prilaku konsumen dan pemenuhan kebutuhannya yang terus berkembang, dewasa ini telah bermunculan bermacam bentuk supermarket.

Kota Tasikmalaya sebagai kota berkembang merupakan lahan tersendiri bagi tumbuhnya bisnis supermarket atau toserba dikarenakan keperluan yang lebih banyak dan bervariasi, maka supermarket marupakan solusi yang banyak dipilih oleh banyak orang dan YOGYA TOSERBA merupakan salah satu supermarket yang sudah dikenal oleh berbagai macam kalangan di Tasikmalaya karena mempunyai salah satu supermarket terlengkap dengan pelayanan terbaik.

YOGYA TOSERBA dibuka Pada tahun 1988 yaitu di Jl.HZ. Muztofa Tasikmalaya. Namun tidak hanya YOGYA TOSERBA yang berdiri di sekitar Jl. HZ. Muztofa Tasikmalaya tapi juga ada 2 supermarket lain yaitu SAMUDRA TOSERBA dan juga ASIA TOSERBA yang merupakan pesaing yang sangat mempengaruhi banyaknya pelanggan/konsumen yang datang ke YOGYA TOSERBA.

Untuk dapat bersaing dengan kompetitornya tersebut maka harus dilakukan perbaikan terutama dikualiatas pelayanan oleh karena itu untuk mengatasi masalah tersebut, maka pihak YOGYA TOSERBA perlu terlebih dahulu mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanannya yang berpengaruh pada kepuasan konsumen. Dari latar belakang diatas saya melakukan penelitian Tugas Akhir yang berjudul "**PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN YOGYA TOSERBA TASIKMALAYA DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*"**

1.2. Identifikasi Masalah

Kondisi akibat persaingan dan penurunan jumlah pengunjung berpengaruh besar pada banyaknya pendapatan maka pihak YOGYA TOSERBA saat ini harus memperhatikan dan mencari jalan keluarnya, agar YOGYA TOSERBA dapat meningkatkan kembali pendapatan perusahaaan, menambah jumlah pelanggan/ konsumen serta dapat memenangkan persaingan sehingga perusahaan tidak ditinggalkan oleh pealanggan/konsumennya dan memilih perusahaan lain yang

memiliki nilai lebih dalam pelayanannya. Salah satu cara untuk mencapai hal tersebut adalah dengan menggunakan alat bantu pemasaran yaitu *marketing mix* 7P. Kemudian, dengan menggunakan metode *Importance-Performance analysis* berdasarkan elemen yang terdapat pada *marketing mix* 7P akan diperoleh faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu:

- Bagaimana menentukan tingkat kepentingan pelayanan.
- Bagaimana menentukan tingkat kinerja pelayanan.
- Menggambarkan diagram *Importance-Performance analysis*.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:;

- Mengukur tingkat kepentingan pelayanan terhadap pelanggan.
- Mengukur tingkat kinerja pelayanan terhadap pelanggan.
- Melakukan perbaikan kualitas pelayanan di YOGYA TOSERBA Tasikmalaya.

.

1.4. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah ini dilakukan agar penelitian lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Berikut ini adalah pembatasan masalah yang digunakan :

1. Penelitian ini menggunakan kuesioner, responden dalam penelitian ini adalah pembeli/ konsumen dari Supermarket YOGYA TOSERBA Tasikmalaya yang pernah berbelanja di YOGYA TOSERBA.
2. Penelitian ini hanya difokuskan pada konsumen yang berbelanja di bagian supermarket YOGYA TOSERBA saja.
3. Perbaikan kinerja pemasaran yang dilakukan dengan *Importance and Performance analysis* hanya difokuskan pada kuadran 1/ area A.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini disajikan sebagai berikut:

BAB I **Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang masalah mengenai kondisi persaingan supermarket saat ini, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II **Landasan Teori**

Bab ini berisi teori-teori dari beberapa literatur yang dapat menunjang penelitian dan digunakan sebagai bahan pendekatan dalam pemecahan masalah yang menyangkut permasalahan yang akan dibahas. Studi literatur ini meliputi pengertian jasa, pemasaran, bauran pemasaran jasa, usaha eceran, kepuasan knsumen, konsep *sampling*, tingkat pengukuran dan teknik pembutan skala, desain kuesioner, pengujian alat ukur, dan *Importance-Performance analysis*.

BAB III **Metodologi Penelitian**

Bab ini berisi uraian mengenai langkah-langkah yang digunakan dalam pemecahan masalah. Langkah-langkah penelitian dari awal sampai akhir tersebut meliputi perumusan masalah dan tujuan penelitian, metodologi penelitian, identifikasi metode analisis, identifikasi elemen penelitian, identifikasi karakteristik responden, desain sampling, penyusunan alat ukur, pengujian alat ukur, pengumpulan dan pengolahan data, analisis masalah, serta kesimpulan dan saran.

BAB IV **Pengolahan dan pengumpulan data**

Bab ini menjelaskan data umum perusahaan, data kuesioner, klasifikasi data umum responden, pengujian alat ukur dan *Importance-Performance analysis.*

BAB V **Analisis**

Bab ini berisi interpretasi hasil pengolahan data dan pembahasan analisis masalah sesuai dengan landasan teori dan metodologi penelitian masalah yaitu *Importance-Performance analysis.*

BAB VI **Kesimpulan dan Saran**

Bab ini menjelaskan kesimpulan hasil akhir penelitian yang merupakan jawaban dari tujuan penelitian serta pemberian saran-saran kepada Supermarket YOGYA TOSERBA Tasikmalaya terhadap perbaikan kinerja pemasarannya.