

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Toko buku di Indonesia banyak yang tutup di tengah bangsa yang sedang ingin memajukan pendidikannya. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menunjukkan bahwa jumlah toko buku yang gulung tikar mencapai 2.802 dari tahun 90-an sampai tahun 2007. Anggota Tim Evaluasi Persaingan Usaha Perbukuan KPPU Sukarmi mengungkapkan, berdasarkan data KPPU yang diperoleh dari Gabungan Asosiasi Toko Buku Indonesia (GATBI), pada 1990-an jumlah toko buku di Indonesia mencapai 4.632. Menurut Firdaus Umar, Ketua Umum Gabungan Toko Buku Indonesia (GATBI) di tahun 2007 jumlah toko buku yang tertinggal hanya 1.830 (antikorupsi.org). Jumlah tersebut sangat minim untuk ukuran negara Indonesia yang terdiri dari lebih dari dua ratus juta penduduk.

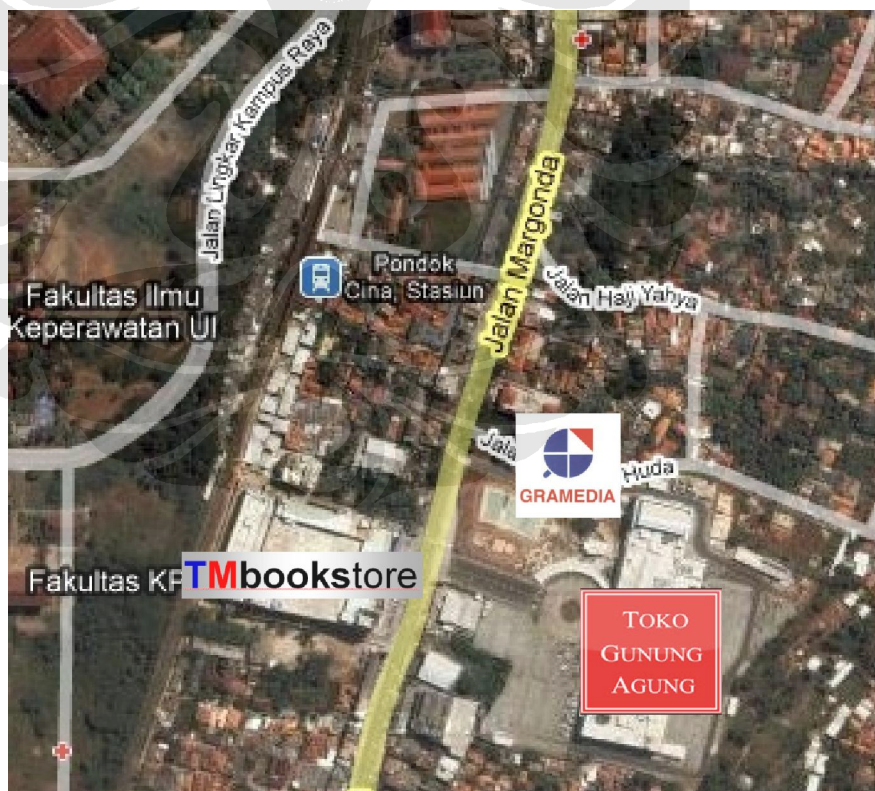
Berkurangnya jumlah toko buku, disebabkan oleh minimnya insentif pemerintah terhadap industri perbukuan, terutama buku pelajaran. Harga buku pelajaran di toko masih relatif mahal sehingga kurang diminati konsumen. Di sisi lain, terjadi persaingan usaha yang tidak sehat di antara para penerbit dalam mendistribusikan buku-buku.

Namun sejak pemberlakuan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No.2 Tahun 2008, pertumbuhan toko buku mulai berangsur pulih. Dalam peraturan tersebut, berisi ketentuan bahwa penerbit dilarang mendistribusikan langsung ke konsumen, namun harus melalui toko buku. Peraturan tersebut merupakan hasil dari kesepakatan antara GATBI, Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) dan Pemerintah melalui Mendiknas yang diharapkan dapat menumbuhkan kembali toko buku di Indonesia.

Kota Depok merupakan salah satu kota tempat berdirinya Universitas Indonesia. Dengan jumlah penduduk sekitar satu juta lima ratus

ribu jiwa, kota Depok memiliki 314 Taman Kanak-Kanak, 285 Sekolah Negeri Dasar, 113 Sekolah Dasar Swasta, 87 Sekolah Menengah Pertama Negeri, 145 Sekolah Menengah Pertama Swasta, 30 Sekolah Menengah Atas Swasta, 54 Sekolah Menengah Atas swasta, 5 Sekolah Menengah Kejuruan Negeri, dan 77 Sekolah Menengah Kejuruan Swasta (www.depok.go.id). Data-data tersebut telah menarik pengusaha-pengusaha untuk menanamkan investasi mendirikan toko buku baik dalam skala kios kecil maupun dalam bentuk toko buku modern.

TM Bookstore merupakan salah satu toko buku modern yang berdiri di salah satu mall di Depok, Depok Town Square dengan luas sekitar 1100 m². TM Bookstore yang beridiri sejak tahun 2007 merupakan retail buku modern yang tergabung dalam Togamas Group TM Bookstore dalam memberikan pelayanan jasanya selalu menawarkan harga diskon untuk setiap buku.



Gambar 1.1 Letak TM Bookstore, Gramedia, dan Toko Gunung Agung

Sumber: maps.google.com

Pesaing yang sejenis dengan TM Bookstore seperti Gramedia dan Toko Gunung Agung, mempunyai jarak yang sangat dekat dengan lokasi TM Bookstore. Dengan jarak yang berdekatan tidak heran persaingan dalam merebut pangsa pasar menjadi besar. Masing-masing toko buku tersebut berusaha menghasilkan produk dan jasa yang terbaik untuk memenangkan hati konsumen dan pada akhirnya meningkatkan profit perusahaan.

Tingginya kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mendapatkan kepuasan yang tinggi dari pelayanan yang diberikan, membuat perusahaan harus bekerja keras dalam meningkatkan kualitas jasa yang diberikan. Menurut Andaleeb, faktor penting yang menyebabkan kepuasan dalam lingkungan jasa adalah kualitas jasa. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari penilaian pelanggan terhadap kualitas suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan juga diartikan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Dengan tercapainya kepuasan pelanggan maka perusahaan akan memiliki *competitive advantage*, menjadikan pelanggan loyal dan terus membeli di perusahaan tersebut. Menurut Oliver (1997) dengan adanya pembelian kembali, itu akan esensial secara berkesinambungan menambah profitabilitas perusahaan.

1.2 Perumusan masalah

Kompetisi ritel buku modern di Depok cukup tinggi, terlihat dari perbedaan jarak antara tiap toko tidak terlalu jauh. Untuk mendapatkan kesuksesan dalam melakukan bisnis dengan tercipta pembelian kembali harus dilakukan dengan memuaskan pelanggan dan itu dicapai dengan memberikan kualitas jasa yang tinggi. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah hubungan antara kualitas jasa dengan kepuasan konsumen dan *repurchase intention* dengan menggunakan analisis korelasi. Peneliti juga ingin melihat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan pembelian kembali pada TM Bookstore. Selain itu, untuk menjembatani keinginan konsumen dengan kemampuan teknis dari perusahaan maka peneliti menggunakan *House of Quality* (HOQ) untuk

memberi masukan kepada pihak TM Bookstore untuk mengembangkan pelayanannya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai pada penyusunan skripsi ini antara lain :

1. a. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel kualitas jasa dengan variabel kepuasan pelanggan pada TM Bookstore Depok Town Square;
- b. Untuk mengetahui dimensi kualitas jasa apa yang berkorelasi positif kuat dengan kepuasan pelanggan pada TM Bookstore Depok Town Square;
2. a. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel kualitas jasa dengan variabel *repurchase intention* pada TM Bookstore Depok Town Square;
- b. Untuk mengetahui dimensi kualitas jasa apa yang berkorelasi positif kuat dengan *repurchase intention* pada TM Bookstore Depok Town Square;
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel Kepuasan pelanggan dengan variabel *repurchase intention* pada TM Bookstore Depok Town Square;
4. Mengembangkan atribut pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan (*voice of customer*).

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan penelitian ini, penulis bisa memberikan suatu informasi yang berguna baik dari segi aspek teoritis maupun praktis bagi semua pihak baik penulis sendiri sebagai peneliti maupun para pembaca.

1. Bagi TM Bookstore: hasil penelitian dapat digunakan oleh TM Bookstore sebagai bahan masukan (*input*) evaluasi kualitas jasa yang telah diberikan dan peningkatan manajerial.
2. Bagi penulis: sebagai penerapan ilmu dan perluasan pengetahuan mengenai analisis kualitas jasa, kepuasan pelanggan, dan *repurchase intention* dalam

pemasaran jasa retail buku. Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah dipelajari.

3. Bagi pihak lain: Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi untuk menambah pengetahuan dan masukan bagi pihak yang membutuhkannya dan hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan masukan bagi peneliti-peneliti lain untuk melakukan penelitian.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1.5.1 Unit Analisis

Reponden dalam penelitian ini adalah 130 orang pelanggan TM Bookstore yang pernah berbelanja di TM Bookstore. Peneliti memberikan pertanyaan *screening* untuk memastikannya.

1.5.2 Cakupan Geografi

Penelitian dilakukan dalam lingkup area TM Bookstore cabang Depok Town Square, Depok.

1.5.3 Periode Penelitian

Penelitian dan pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan mulai dari bulan April 2009 sampai bulan Juli 2009 dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 1.1 Periode Penelitian

Kegiatan	April		Mei				Juni				Juli		
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Persiapan													
Rancangan Methodologi	■	■											
Rancangan Survei pertanyaan		■											
Konsultasi ke pembimbing peneliti	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Penelitian Lapangan													
Survei			■	■	■	■							
Pengumpulan data					■	■							
Analisa													
Analisa data							■	■	■	■			
Konsultasi ke Manajer toko									■	■			
Laporan Penelitian dan Presentasi													
Laporan Penelitian												■	■
Presentasi													■

1.6 Sistematika Penulisan Penelitian

Bab I Pendahuluan

Pada Bab Pendahuluan ini terdiri dari beberapa sub pokok bab yang meliputi antara lain : latar belakang masalah; perumusan masalah; ruang lingkup penelitian; tujuan penelitian; manfaat penelitian; metode pengambilan sampel dan besarnya sampel; metode analisis data dan pengolahan data; sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada Bab II diuraikan teori-teori yang menunjang penelitian, yang diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab III menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan. Didalamnya mencakup metode dan variabel penelitian, cara pengambilan dan pengolahan data dengan menggunakan alat-alat analisis yang ada.

Bab IV Profil TM Bookstore dan Analisis dan Pembahasan

Bab IV menjabarkan secara singkat dan jelas profil TM Bookstore. Selain itu, Bab ini membahas tentang analisis dari data yang diperoleh yang kemudian digunakan untuk menemukan jawaban atas masalah-masalah penelitian

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini terdiri dari:

- **Kesimpulan**
Berisi jawaban dari masalah yang diajukan penulis, yang diperoleh dari penelitian.
- **Implikasi Manajerial**
Berisi bagaimana seharusnya keterlibatan pihak manajemen terhadap berbagai temuan penelitian.
- **Saran**
Ditujukan kepada pihak-pihak terkait, sehubungan dengan hasil penelitian.