BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang membawa perubahan besar dalam perkembangan pasar Indonesia. Persaingan antar dunia usaha baik yang bergerak dalam *sector industry* dan jasa juga semakin ketat. Hal ini terlihat dari adanya perubahan yang mendasar dari konsep pertokoan atau pasar tradisional beralih ke konsep pertokoan atau pasar modern yang ditunjukkan dengan menjamurnya pasar modern di beberapa wilayah perkotaan di Indonesia.

Dewasa ini kebutuhan masyarakat sangatlah beragam mulai dari kebutuhan hidup, yang mana kebutuhan tersebut terbagi menjadi 2 macam, yaitu kebutuhan primer, (makan, minum dan udara/bernafas) kemudian kebutuhan sekunder (kebutuhan papan dan kebutuhan sandang) yang hampir setiap hari dibutuhkan dan wajib terpenuhi. Perkembangan inilah yang membawa angin segar bagi perusahaan ritel di Indonesia untuk membantu memenuhi kebutuhan msyarakat tersebut. Maraknya perkembangan pasar ritel modern di Indonesia, berdampak positif terhadap intensitas peningkatan sektor ekonomi ritel di Indonesia. Perkembangan pasar ritel modern tersebut semakin menjamur di berbagai sudut kota penjuru Indonesia berbentuk retail maupun toko –toko modern.

Permasalahan diatas mengakibatkan persaingan perusahaan ritel tersebut berinteraksi semakin ketat, didukung oleh kepemilikan modal yang sangat kuat guna meraih keunggulan di dalam memasuki pasar kompetitif dan menarik para pelanggan. Persaingan sengit juga terjadi antara ritel tradisional dan ritel modern. Bisnis ritel modern yang paling banyak berkembang di masyarakat dibandingkan dengan bisnis ritel yang lain. Ritel modern mempunyai pengaruh sumbangan yang besar dalam sektor perekonomian selain itu ritel modern mampu menyerap tenaga kerja, banyak peritel justru memberdayakan dan meningkatkan kualitas ribuan pemasok yang umumnya juga pengusaha kecil dan menengah.

Masyarakat di Kota modern seperti Jakarta dan sekitarnya sudah menyamai kota-kota modern di berbagai dunia pada negara maju. Hidup dengan gaya hidup konsumtif dengan berbelanja di pasar modern ini sudah menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup modern yang berkembang di masyarakat kita. Tidak hanya di kota metropolitan seperti Jakarta, tetapi juga sudah merambah kota-kota kecil di tanah air. Mudahnya menjumpai minimarket atau supermarket disekitar tempat tinggal kita yang menjanjikan kemudahan dan kenyaman dalam berbelanja.

PT Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik adalah perusahaan ritel yang menyediakan pakaian, aksesoris, perlengkapan kecantikan dan perlengkapan rumah untuk Pelanggan yang menghargai mode dan nilai tambah. Di dukung oleh 5 jaringan pemasok local dan internasional terpercaya, gerai dengan visual menarik, berkualitas dan modern, memberikan pengalaman berbelanja yang dinamsi dan menyenangkan, dan menjadikan Matahari sebagai depertment sotre pilihan utama bagi

kelas menengah Indonesia yang tengah tumbuh pesat. Matahari membuka gerai pertamanya sebagai gerai pakaian anak-anak pada 24 Oktober 1958, di kawasan Pasar Baru, Jakarta. Sejak diluncurkan sebagai pusat belanja modern yang pertama di Indonesia pada tahun 1972, Matahari telah memperluas jaringanya ke seluruh ke pulauan Indonesia. Kini hadir di 61 kota, Matahari di dukung lebih dari 40.000 karyawanya di 125 gerai dengan total 1.200 pemasok di Indonesia. Matahari bergerak dalam bisnis Department store, Matahari menciptakan lingkungan belanja yang nyaman dan mengarah pada pendekatan pola perilaku positif. Matahari sendiri menyediakan kebutuhan fashion pelannggan secara lengkap, dengan tenpat yang luas, bersih dan nyaman, sehingga Matahari menjadi salah satu alternatif pilihan masyarakat Gresik dalam berbelanja.

Tabel 1.1.
Data Pencapaian Penjualan Tahun 2017-2019

Tahun	Produk (pcs)	Pendapatan (Rp)
2017	5.443	1.080.045.000
2018	5.422	1.006.031.620
2019	11.333	1.528.092.175

Sumber : *Data dari Matahari Plaza Kabupaten Gresik 2020 (diolah)*

Tabel 1.1 menunjukan, data pencapaian penjualan tiga tahun terakhir. Dapat di ketahui dari tabel 1.1 menunjukan pada tahun 2019 cenderung meningkat dari tahun sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik mampu menarik pelanggan untuk berbelanja di tempat tersebut. Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik lebih yang menitik beratkan pada kebutuhan pelanggan, permintaan, dan keinginan pelanggan akan memiliki potensi yang besar untuk berhasil dan lebih berkembang karena pada prinsipnya pelanggan yang kebutuhannya terpenuhi akan terus – menerus berkunjung dan tidak akan mudah beralih ketoko yang lain untuk membeli suatu produk yang dibutuhkan.

Kepuasan pelanggan dinilai menjadi sebuah hal yang penting dalam meningkatkan keuntungan. Kepuasan pelanggan merupakan sebuah hal yang penting bagi perusahaan, yang mana bertujuan untuk menjalin hubungan baik jangka panjang dengan pelanggan, dan pada akhirnya pelanggan bersedia melakukan pembelian ulang. Menurut Tjiptono (2014;353) kata ’kepuasan atau *satisfaction*’ berasal dari bahasa Latin ”*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan ”*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai ’upaya pemenuhan sesuatu’ atau ’membuat sesuatu memadai’.

Penelitian-penelitian terdahulu terkait kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan seperti Ni Made, dkk (2015); Ardhy (2016); Wibowo (2013) dan Rozi & Sukaris (2020), penelitian-penelitian tersebut mengkaitkan antara kualitas layanan, brand image, dan *store atmosphere* dengan kepuasan pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, ada hal lain yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha, yaitu *Store Atmosphere* atau suasana toko. Menurut Foster (2008;61) adalah suasana (*atmosphere*) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda baik itu kotor, menarik, megah, dan suram. Suatu toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya. Menurut Levy (Sophiah 2015:326) menyatakan *store atmosphere* adalah suatu rancangan dan desain lingkungan melalui komunikasi visual, warna, musik, pencahayaan dan penciuman merangsang presepsi dan emosi pelanggan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan.

Selain itu, kualitas layanan juga berperan untuk dapat mempertahankan kepuasan pelanggan. Seorang pelanggan dalam menentukan tingkat kepuasan, akan melihat nilai lebih (*value added*) produk/ kinerja pelayanan toko yang diterima setelah membelinya dibandingkan dengan toko lain. Nilai terhadap produk/ jasa akan diukur dari keandalan (*reliability*), ketahanan (*durability*), dan kinerja (*performance*) terhadap bentuk fisik, pelayanan karyawan, dan citra produk/ jasa (Ratnasari,2011;103).

Dalam bisnis ritel, perusahaan juga perlu melakukan evaluasi kualitas pelayanan agar mampu meningkatkan kualitas pelayanannya dan memuaskan pelanggan serta (Gautama dkk., 2012). Seorang pelanggan yang tidak mendapatkan pelayanan yang maksimal dapat dengan mudah untuk beralih berbelanja ke toko lain yang memberikan pelayanan lebih baik (Astuti, 2012). Menurut Ha dkk., (2014) persaingan yang semakin ketat pada bisnis ritel menjadikan kualitas pelayanan penentu

penting loyalitas pelanggan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ivanauskien dan Volungenaite (2014:118) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Kao (2015:195) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Brand image adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori pelanggan akan asosiasinya pada merek tersebut Xian (2011;187) Dapat juga dikatakan bahwa *brand image* merupakan konsep yang diciptakan oleh pelanggan karena alasan subyektif dan emosi pribadinya. Oleh karena itu dalam konsep ini persepsi pelanggan menjadi lebih penting dari pada keadaan sesungguhnya

Brand Image yang kuat merupakan salah satu pertimbangan untuk memilih produk. Sebagai bahan pertimbangannya adalah barang yang ditawarkan beragam dengn banyak mode dan mengikuti trend asa kini, Serta selalu memiliki inovasi terbaru, memilki bahan yang berkualitas Bagaskara (2014;23).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mangadakan penelitian terhadap pengunjung di Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik dengan judul "**Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan dan *Brand image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti dalam melakukan penelitian ini merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik?
3. Apakah *Brand Image* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Di Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Lebih memahami ilmu manajemen pemasaran khususnya pengaruh *store atmosphere,* kualitas layanan dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui implementasi dari teori yang didapat selama masa perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

2. Bagi Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik.

   Diharapkan dapat memberi manfaat berupa masukan bagi Matahari Department Store Plaza Kabupaten Gresik.guna menunjang perkembangan di masa yang akan datang tentang Kepuasan Pelanggan.