

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Seakan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran (*retailing*) yang berbentuk toko, mini market, department store (toserba), pasar swalayan (*supermarket*), dan lain – lain. Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan mereka harus dapat memanfaatkan peluang – peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan – kegiatan pokok yang dilaksanakan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Hal tersebut bisa tercapai bila pelanggan merasa puas akan kinerja produk yang akan ditawarkan oleh pengusaha.

Salah satu unsur dalam persaingan diantara bisnis eceran adalah ragam produk yang disediakan oleh pengecer. Oleh karena itu pengecer harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang dijual, karena dengan adanya macam – macam produk dalam arti produk yang lengkap mulai dari merek, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk setiap saat. Dengan hal tersebut maka akan memudahkan pelanggan dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai keinginan mereka. Sesuatu yang diinginkan oleh pelanggan adalah bagaimana cara

untuk mendapatkan barang – barang yang dibutuhkan serta menyediakan beranekaragaman produk dan alternatif pilihan, harga yang bersaing, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan serta suasana berbelanja yang nyaman.

Disamping memperhatikan keragaman produk, perusahaan yang bergerak dibidang retail harus juga berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik, sebab pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelayanan harus diperhatikan karena dalam memilih suatu produk atau jasa, pelanggan selalu berupaya untuk memaksimalkan nilai yang dirasakan. Apabila pelanggan merasa nilai yang dirasakan lebih tinggi dari pada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas dan cenderung akan loyal.

Terdapat banyak cara untuk dapat menarik minat konsumen, salah satunya dengan mempertimbangkan store atmosfer. Store atmosfer atau lingkungan toko merupakan rangsangan dari luar yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan memanfaatkan hal – hal seperti cahaya, musik, warna, dan tampilan. Store atmosfer merupakan lingkungan yang dibuat semenarik mungkin untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen akan merasakan kenyamanan yang berdampak pada rasa bahagia karena atmosfer yang diciptakan dilingkungan toko sehingga akan berdampak pada kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Saat ini mulai banyak konsumen yang mementingkan kenyamanan dalam berbelanja, hal ini dapat dilihat dari frekuensi pindahnya konsumen dari pasar tradisional ke pasar modern. Oleh karena itu, para pebisnis retail harus sangat mempertimbangkan hal – hal dalam store atmosfer mengingat konsumen

lebih memilih lingkungan belanja yang lebih nyaman untuk meningkatkan penjualan. Keputusan pembelian tidak hanya mengandalkan tersedianya lingkungan toko saja, tetapi faktor lokasi pun juga turut menjadi faktor keberhasilan suatu bisnis.

Faktor lokasi adalah salah satu yang menjadi pemicu konsumen untuk melakukan pembelian. Perusahaan harus menentukan lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya di suatu wilayah yang dekat dengan keramaian serta aktifitas masyarakat. Lokasi yang strategis akan mudah diakses oleh para konsumen sehingga akan berdampak pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Didasari dari gambaran uraian diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis salah satu perusahaan retail internasional yang dianggap sebagai perintis berdirinya pasar perkakas terlengkap di Indonesia yaitu Ace Hardware, dimana ditengah pasar swalayan lokal berguguran karena tidak sanggup bersaing dengan banyak datangnya peretail asing yang lebih besar, Ace Hardware masih tetap berdiri dan bertahan dalam persaingan dengan segala kemajuan yang ada. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang **“ANALISIS PENGARUH ATMOSFER STORE, KERAGAMAN PRODUK, HARGA PRODUK SERTA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT.ACE HARDWARE INDONESIA CABANG WARU SIDOARJO”**.

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah :

- 1 Apakah atmosfer toko ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) ?
- 2 Apakah keragaman produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) ?
- 3 Apakah harga produk ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) ?
- 4 Apakah kualitas pelayanan ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) ?

## 1.3 TUJUAN DARI PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dengan maksud agar dapat mengetahui mengetahui secara langsung bagaimana pengaruhnya :

1. Untuk mengetahui bagaimana atmosfer toko ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Untuk mengetahui bagaimana keragaman produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Untuk mengetahui bagaimana harga produk ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).
4. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

#### 1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak perusahaan sebagai informasi dan bahan masukan untuk pengambilan keputusan dan penentu strategi – strategi selanjutnya yang lebih efektif untuk memenangkan persaingan pasar.

b. Bagi Pebisnis

Dengan adanya penelitian ini penulis dapat mengetahui masalah secara nyata dalam bidang kepuasan pelanggan, sehingga penulis mempunyai pengalaman dalam membandingkan antara teori yang diterima di bangku kuliah dengan praktek yang ada dilapangan serta mengimplementasikan di dalam pekerjaan.

c. Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi mahasiswa khususnya jurusan manajemen pemasaran dan penelitian selanjutnya.