

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk mendapat keuntungan yang maksimal guna mempertahankan kedudukan perusahaan di tengah ketatnya persaingan. Perusahaan juga harus mampu mewujudkan, memuaskan keinginan, harapan, dan kebutuhan konsumen agar dapat menguntungkan. Peningkatan akan adanya bisnis ritel modern di jaman yang modern ini mengakibatkan ketatnya persaingan dalam bisnis. Sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus bekerja keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Timberland berdiri pada tahun 1918, didirikan oleh Nathan Swartz yang memulai karirnya dalam pembuatan sepatu dengan menggunakan potongan-potongan kulit yang dijahit menjadi sebuah sepatu boot. Pada tahun 1960-an, perusahaan ini mempelopori konsep sepatu boot tahan air. Sepatu jenis boot menjadi perhatian masyarakat perkotaan sampai tahun 1990-an. Sejak saat itu, Timberland meluncurkan berbagai jalur hiking, atletis, sepatu, dan sandal yang ditujukan kepada masyarakat yang aktif akan kegiatan outdoor. Gaya timberland yang dipatenkan dicontohkan dengan kulit yang kasar, tebal dengan satu-satunya lug tebal. Akan tetapi, Timberland mengambil model yang lebih inklusif dalam produk-produknya. Untuk model atau tipe untuk wanita, memiliki bermacam-macam warna dan pola.

Salah satu filsafat Timberland adalah kenyamanan adalah harga mutlak dan harus hadir dalam semua produk mereka. Dengan sistem kenyamanan *Smart Fitur Outsole* diperluas dan ukuran menjadi bertambah saat siang hari.

Menurut Lupiyoadi (2013) Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Jika kenyataannya sama atau lebih dari yang diharapkan maka pelayanan dapat dikatakan berkualitas atau memuaskan dan sebaliknya, jika kenyataannya kurang dari yang diharapkan maka pelayanan dapat dikatakan tidak berkualitas atau tidak memuaskan. Sedangkan menurut fandy Tjiptono (2014:268) definisi kualitas pelayanan adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Melihat kondisi persaingan pasar yang semakin ketat, setiap bisnis ritel modern perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat beli ulang konsumen. Pengertian minat beli ulang menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2014) minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif. Dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.

Store atmosphere merupakan salah satu unsur dari retailing mix yang juga harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel. Menurut Kotler dan Amstrong (2013:384) menyatakan "*the store atmosphere is another important element in the reseller's product, one that suits the target market and moves customer to*

buy". Sedangkan menurut Berman dan Evan (2013:528) menyatakan bahwa suasana toko meliputi berbagai interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, panjang barang, dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli.

Melalui suasana yang sengaja diciptakan perusahaan berupaya untuk mengkomunikasikan informasi yang terkait dengan layanan, harga, maupun, ketersediaan barang dagangan yang bersifat *fashionable*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah penelitian yang berfokus pada kualitas pelayanan, *store atmosphere* (suasana toko), dan pembelian ulang dari pelanggan Timberland Tunjungan Plaza untuk menganalisis kepuasan pelanggan pada Timberland Tunjungan Plaza, sehingga berdasarkan latar belakang tersebut penulis mengangkat topik "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Pembelian Ulang Serta Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya".

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang dapat dirumuskan dari batasan masalah diatas, maka perumusan masalah yang dapat dibuat adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian ulang pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya?
2. Apakah *store atmosphere* (suasana toko) berpengaruh terhadap pembelian ulang pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya?

3. Apakah pembelian ulang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya?
5. Apakah *store atmosphere* (suasana toko) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui pembelian ulang pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya?
7. Apakah *store atmosphere* (suasana toko), berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui pembelian ulang terhadap pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian.

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* (suasana toko) terhadap pembelian ulang pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya.

3. Untuk mengetahui pengaruh pembelian ulang terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* (suasana toko) terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui pembelian ulang pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya.
7. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* (suasana toko) terhadap kepuasan pelanggan melalui pembelian ulang pada pelanggan Timberland Tunjungan Plaza Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Aspek Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan khususnya terhadap Manajemen Pemasaran serta dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai tema yang sama.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menambah cakrawala pemikiran serta menjadi referensi dalam melakukan penelitian sejenis.

3. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi manfaat yang nyata dari penelitian ini bagi obyek penelitian sejenis.