

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan zaman khususnya Indonesia telah semakin modern, berdampak pada pergeseran budaya berbelanja masyarakat di Indonesia. Hal ini terlihat jelas dan dapat dibuktikan dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang dahulu berbelanja di pasar tradisional, namun pada saat ini masyarakat Indonesia lebih suka dan memilih berbelanja di pasar modern seperti *hypermarket* dan *department store* dan lain-lain. Pergeseran tingkah laku masyarakat yang berubah seperti saat ini seiring dengan peningkatan pendapatan masyarakat, sehingga menyebabkan pula peningkatan pada kebutuhan masyarakat. Perilaku konsumen tersebut merupakan salah satu faktor yang dapat memicu berkembangnya bisnis retail modern di Indonesia, maka dari itu hal tersebut menjadi peluang besar bagi para pebisnis khususnya retail modern. Melihat suatu keadaan persaingan yang sangat ketat dalam perdagangan tidak hanya terjadi pada satu jenis perusahaan retail saja, namun juga terjadi pada hampir semua jenis perusahaan retail. Untuk meraih keunggulan yang kompetitif dan mampu menarik minat para pembeli agar mau melakukan pembelian di tokonya, maka segala kemampuan pebisnis retail sangatlah diperlukan serta penerapan strategi pemasaran yang tepat guna untuk menguasai pasar.

Upaya yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah menciptakan hal-hal yang baru atau keunikan lain sehingga dapat menarik minat berkunjung dan membedakan salah satu tempat retail dengan lainnya, cara ini juga dapat mempertahankan para pelanggan. Menarik pembelian konsumen tidak hanya melalui pemberian harga promosi, doorprize, kupon, atau kegiatan promosi lainnya. Menarik konsumen juga dapat dilakukan dengan cara memberikan atmosfer toko yang menyenangkan dan rasa yang nyaman sehingga dapat merangsang konsumen untuk menghabiskan waktunya dan melakukan pembelian, serta kualitas layanan yang baik dapat mempengaruhi konsumen dan menarik hati untuk melakukan pembelian

Storeatmosphere (suasana toko) adalah kegiatan mendesain lingkungan toko yang menarik dan memberikan kesan bagi konsumen. Utami (2006:229) menjelaskan bahwa mendesain toko dengan baik sama halnya membuat sebuah cerita yang menarik bagi pembaca. Desain toko yang baik akan menarik keinginan konsumen untuk mengetahui lebih dalam segala sesuatu yang ditawarkan oleh toko tersebut. Suasana toko dapat dibangun melalui sistem pencahayaan, pengaturan tata letak, dan penataan atau pengaturan barang dagangan yang baik yang akan menarik pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah suatu modal yang bisa digunakan sebagai faktor utama yang harus dimiliki oleh setiap retail untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan akan menghasilkan nilai tersendiri, sehingga pelanggan dapat membandingkan dimana dia mendapatkan dan merasakan kualitas pelayanan yang baik. Pelayanan dapat dikatakan baik atau berkualitas apabila

pelayanan yang diberikan oleh suatu retail dapat memuaskan para pelanggannya. Jika pelanggan merasakan puas terhadap pelayanan yang telah di berikan, maka tidak menutup kemungkinan besar pelanggan akan loyal terhadap perusahaan atau retail. Menurut (Kotler, 2008:127) pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan ada peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing.

PT. *Matahari Department Store, Tbk* merupakan salah satu *Department Store* yang bergerak dalam bidang retail. Terdapat banyak *Department Store* khususnya di wilayah Surabaya, sehingga menimbulkan persaingan yang ada, maka PT. *Matahari Department Store, Tbk* Tunjungan Plaza Surabaya harus mampu membenahi segala hal yang menjadi kekurangan dan meningkatkan serta memfokus pada bagian pemasaran. Terdapat beberapa strategi pemasaran yang dimiliki dan diterapkan untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan kepada pelanggan, diantaranya PT. *Matahari Department Store, Tbk* Tunjungan Plaza Surabaya berupaya untuk selalu menampilkan tampilan toko dan suasana toko yang berbeda, pengelompokan, penataan barang dan pencahayaan tersusun rapi sehingga dapat menjangkau jarak pandang para pengunjung. Dalam hal pelayanan di PT. *Matahari Department Store, Tbk* Tunjungan Plaza Surabaya telah memenuhi syarat kualitas pelayanan yang baik. Para SPG (*Sales Promotion Girl*) dan SPB (*Sales Promotion Boy*) bekerja melayani para konsumen dengan tulus dan sopan, mereka selalu menggali dan menawarkan

semua produk yang ada di dalam toko dengan memberi tahu tentang kualitas dan manfaat yang dapat dirasakan dari produk tersebut.

Keberadaan serta kelengkapan suatu produk yang sesuai dan mencukupi segala kebutuhan konsumen sangat menentukan harus kemana konsumen untuk berkunjung dan membeli apa yang mereka butuhkan. Matahari *Department Store* Tunjungan Plaza adalah tempat berbelanja yang tepat bagi konsumen karena di Matahari adalah retail yang menyediakan segala produk khususnya dalam dunia *fashion* yang terjamin kualitas produk serta kelengkapan barangnya. Matahari *Department Store* menyediakan banyak produk dengan segala merk, baik itu pakaian wanita, pria, juga pakaian anak-anak dengan berbagai banyak merk dan kebutuhan konsumen. Merek merupakan nama, istilah tanda simbol atau desain dan kombinasi diantaranya, yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan membedakannya dari barang dan jasa para kompetitornya. Di Matahari *Department Store* tersedia 2 jenis kategori barang yaitu barang *direct purchase* dan barang *consinyasi*. Barang yang termasuk *direct purchase* adalah barang milik Matahari dan barang *consinyasi* adalah barang milik supplier yang bekerjasama dengan Matahari *Department Store*. Barang *Direct purchase* (DP) meliputi merk Nevada, Details, Little M, Super T, American Jeans, Cole, serta Harddy Armies, sedangkan barang *consinyasi* (CV) meliputi Popeye, Manly, Sharks, Jane Lorissa, Fila, League serta banyak merk lainnya yang sudah bergabung dengan Matahari Departemen Store.

PT. Matahari *Department Store*, Tbk Tunjungan Plaza Surabaya memiliki cara tersendiri untuk meningkatkan *sales* (penjualan). Matahari selalu memberikan potongan harga (*discount*) serta acara yang menarik bagi para pelanggannya dimana acara tersebut sangat menarik dan selalu bervariasi agar para pelanggan yang berkunjung tidak merasa bosan dengan acara yang sedang berlangsung. Kegiatan promosi yang diadakan oleh Matahari *Department Store* Tunjungan Plaza merupakan salah satu cara yang dapat menarik pembelian konsumen bahkan menimbulkan pembelian tak terduga oleh konsumen. Kegiatan promosi yang diberikan cukup bervariasi mulai dari diskon harga 50%+20%, beli 1 gratis 1, beli 2 gratis 1, potongan struk harga 100 ribu untuk pembelian yang ke dua dan masih banyak lagi acara diskon yang menarik lainnya. Harapan dengan adanya diskon tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Matahari *Department Store* serta mempengaruhi konsumen untuk semakin banyak berbelanja sehingga dapat menaikkan atau menambah penjualan pada Matahari *Department Store*, Tbk.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh atmosfer toko, promosi dan layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Matahari Tunjungan Plaza Surabaya** “.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah sangat penting bagi penulis untuk mempermudah dalam mememntukan langkah mengantisipasi masalah yang timbul pada saat penelitian. Dari latar belakang masalah diatas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Matahari *Department Store*, Tbk Tunjungan Plaza Surabaya ?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Matahari *Department Store*, Tbk Tunjungan Plaza Surabaya ?
3. Apakah layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Matahari *Department Store*, Tbk Tunjungan Plaza Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan pernyataan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji:

1. Pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Matahari *Department Store*, Tbk Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Matahari *Department Store*, Tbk Tunjungan Plaza Surabaya.
3. Pengaruh layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Matahari *Department Store*, Tbk Tunjungan Plaza Surabaya.

1.4 Manfaat penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan yang mungkin bisa dipergunakan dalam menghadapi masalah yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas oleh peneliti.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini sangat bermanfaat karena dengan kesempatan ini penulis mengetahui sejauh mana teori-teori yang selama ini diperoleh di perkuliahan dapat diterapkan dalam praktek yang sebenarnya.

3. Bagi STIE PERBANAS

Sebagai bahan pertimbangan serta bahan acuan dalam penelitian yang selanjutnya sehingga penelitian yang sama atau semacam ini dapat lebih sempurna.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, secara sistematis susunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menerangkan tentang tinjauan pustaka yang di antara nyameliputi penelitian terdahulu yang akan menjadi acuan dalam penyusunan penelitian ini serta beberapa teori-teori yang dapat menjadi landasan dalam menyelesaikan permasalahan dalam proses penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan memberikan penguraian mengenai metode penelitian yang di antaranya adalah desain penelitian, batasan penelitian, identifikasi penelitian, definisi operasional, pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data beserta metode pengumpulannya, uji validitas, dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini diuraikan secara garis besar mengenai responden dan analisis data yang meliputi : analisis deskriptif, pengujian hipotesis dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan dengan penjelasan pembuktian hipotesanya, keterbatasan penelitian serta saran-saran.

