

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ritel adalah salah satu aktifitas yang memasarkan nilai dari suatu produk dan memberikan jasa kepada konsumen, dimana suatu produk dapat dibeli secara eceran atau satuan suatu produk untuk kebutuhan konsumen pribadi maupun kebutuhan keluarga. Yang dimaksud dari perusahaan ritel adalah perusahaan ritel membeli dalam jumlah besar dari pabrik untuk dijual kembali kepada konsumen dalam jumlah kecil, sehingga konsumen tidak diharuskan membeli suatu produk dalam jumlah besar yang sudah ditentukan minimal pembelian dari pabrik. Perkembangan industri ritel di Indonesia, salah satunya ditopang oleh industri pakaian (<https://www.maxmanroe.com>, diunduh tanggal 10 Januari 2019).

Menurut redaksi warta ekonomi tingkat permintaan pakaian masih tinggi, pengelola masih menjaga tingkat kompetisi supaya tetap menarik dan selalu dikunjungi toko-toko ritel pakaian di Indonesia. Dalam data bursa efek Indonesia menunjukkan kinerja dan laba yang baik dalam berjalannya waktu sehingga meningkatnya pendapatan toko-toko ritel pakaian. Disorot pula semakin sedikit ruang ritel yang berkembang di bandingkan tahun sebelum-sebelumnya dan minimnya ruang ritel yang tersedia. (<https://www.wartaekonomi.co.id>, diunduh tanggal 10 Januari 2019).

Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) mengalami kenaikan pertumbuhan ritel sebesar 10% pada tahun 2018. Banyaknya ritel yang memiliki potensial yang besar juga seperti Sogo, Centro, dan Ramayana. Dalam pertumbuhan tersebut ada beberapa faktor yang menjadi pendorong yaitu hari spesial seperti hari raya lebaran dan juga hari natal. Dimana pengunjung mengunjungi *Department Store* untuk membeli produk baru dan di pakai pada hari tersebut. Pengusaha ritel jagan menghormati BI(Bank Indonesia) yang menaiki rate 6 persen dari 5.75 persen untuk menjaga inflasi dan tekanan nilai tukar. Salah satu perusahaan ritel yang mampu bertahan dan berkembang dengan pesat adalah PT. Matahari *Department Store* (<https://beritasatu.com>, diunduh tanggal 10 Januari 2019).

PT Matahari Department Store Tbk (“Matahari” atau “Perseroan”) memiliki sejarah yang panjang dalam dunia ritel Indonesia. Memulai perjalanan pada tanggal 24 Oktober 1958 dengan membuka gerai pertamanya berupa toko fashion anak-anak di daerah Pasar Baru Jakarta, Matahari melangkah maju dengan membuka department store modern pertama di Indonesia pada tahun 1972. PT Matahari *Department Store* adalah perusahaan ritel terkenal di Indonesia yang menyediakan berbagai perlengkapan *fashion*, aksesoris, perawatan kecantikan, dan perlengkapan untuk anak-anak dengan harga yang terjangkau. Matahari memiliki produk-produk yang *stylish* berkualitas tinggi dan berkerjasama dengan pemasok lokal maupun internasional yang terpercaya memiliki kualitas bagus dan menawarkan berbagai macam produk terbaru dari merek yang eksklusif dan merek internasional. (<http://annualreport.id>, diunduh tanggal 10 Januari 2019)

Tahun 2017 Matahari telah menerima penghargaan *Wealth Added Creator Award* dalam Indonesia *The Best Public Companies* 2017. Yang terpilih sebagai posisi nomor satu perseroan dalam kategori perusahaan ritel dari 10 perusahaan besar secara keseluruhan. *Wealth Added Creator Award* adalah tingkatan perusahaan dalam menilai usaha kinerja pegawai di perusahaan public terbaik di Asia Tenggara. Dari bukti tersebut matahari selalu mendapatkan nilai yang positif dari pelanggan dan pemegang saham sehingga tercipta bisnis ritel yang kondusif di Indonesia. (<http://www.neraca.co.id>, diunduh tanggal 10 Januari 2019).

Matahari mempunyai beberapa cabang Department Store Yaitu Matahari Department Store Cito, Matahari Department Store Royal Plaza, Matahari (Tunjungan Plaza), Matahari Department Store Delta Plaza Surabaya, Matahari Department Store Kaza City Surabaya, dan Matahari Department Store Pakuwon Mall. (<https://www.google.com>, diunduh tanggal 10 Januari 2019)

Menurut *Revisiting the supermarket in-store customer shopping experience* ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi *Product Quality, Store Atmosphere, dan Service Quality*.

*Product Quality* kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler, 2003). Jadi dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Merchandise*

*Value* dan *Variety* adalah sekumpulan produk yang memiliki kemampuan dalam memperagakan fungsinya. Matahari memiliki banyak pilihan produk yang ditawarkan kepada pelanggan guna untuk memenuhi keinginan dari pelanggan, dimana Matahari selalu memeriksa semua produk yang di jual sehingga tidak ada kecacatan yang terjadi pada saat di tawarkan kepada pelanggan dan pelanggan merasa aman pada saat berbelanja di matahari. (Karyawan Interview, 2019)



**Gambar 1.1 Beragam Pilihan Produk**

**Sumber:**<http://batam.tribunnews.com>

*Store Atmosfere* adalah citra atau suasana toko dapat mempengaruhi suasana hati pelanggan yang pada gilirannya, suasana hati pelanggan dapat mempengaruhi lama mereka berada di toko, maupun perilaku lainnya yang di dorong oleh staff yang mempengaruhi keadaan emosi pembeli menyebabkan meningkatnya atau menurunnya pembelian (Schiffman, Leon G: Kanuk, 2006). Matahari memiliki suasana toko yang nyaman bagi pelanggannya sehingga pelanggan terdorong untuk membeli dalam suasana yang mendukung pelanggannya untuk meningkatkan pembelian dan pelanggan merasa puas senang dalam berbelanja di matahari *Store*. (Karyawan Interview, 2019)



**Gambar 1.2 Suasana Matahari Department Store**

**Sumber:**<https://ekonomi.bisnis.com>

*Service Quality* adalah tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2006). Matahari memiliki pelayanan yang baik kepada pelanggan tanpa harus di panggil oleh pelanggan, pegawai matahari memiliki inisiatif yang tinggi untuk melayani pelanggan apa yang di harapkan oleh pelanggan. (Karyawan Interview, 2019)



**Gambar 1.3 Pelayanan Karyawan Dalam Penawaran Produk**

**Sumber:**<https://marketeers.com>

Matahari masih diminati semua kalangan karena Produk yang dijual oleh *Department Store* tersebut memiliki model dan kualitas yang baik dengan pelayanan yang memiliki daya tanggap yang tinggi terhadap pelanggan sehingga karyawan memiliki solusi atau kemampuan untuk menanggapi masalah yang di

hadapi pelanggan pada saat itu juga dan memberikan empati atau saran individual kepada pelanggan untuk membeli barang. (<https://neliti.com>, diunduh tanggal 10 Januari 2019)

Berdasarkan uraian tersebut di atas tersebut, yang telah menarik minat penulisan untuk melakukan penelitian mengenai “**Analisis Pengaruh *Product Quality, Store Atmosphere Dan Service Quality Terhadap Repatronage Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Pelanggan Matahari Department Store Di Surabaya***”. Hasil penelitian ini pada akhirnya diharapkan dapat mampu menunjukkan bagaimanakah pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repatronage Intention* dalam konteks bisnis modern retail yaitu Matahari Department Store, khususnya terkait dengan pelanggan Matahari Department Store di Surabaya yang menjadi objek dalam penelitian ini.

## **1.2 Batasan Penelitian**

Dalam suatu penelitian dibutuhkan suatu batasan masalah. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai pengaruh *Product Quality, Store Atmosphere, dan Service Quality* terhadap *Intention To Repatronage* melalui *Customer Satisfaction* pada Matahari *Department Store* di Surabaya.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pada pelanggan Matahari *Department Store* di Surabaya?
2. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pada pelanggan Matahari *Department Store* di Surabaya?
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pada pelanggan Matahari *Department Store* di Surabaya?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Repatronage Intention* Pada pelanggan Matahari *Department Store* di Surabaya?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian tentunya memiliki tujuan didalamnya. Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisa *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pada pelanggan Matahari *Department Store* di Surabaya
2. Untuk menguji dan menganalisa *Store Atmosphere Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pada pelanggan Matahari *Department Store* di Surabaya
3. Untuk menguji dan menganalisa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pada pelanggan Matahari *Department Store* di Surabaya
4. Untuk menguji dan menganalisa *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Repatronage* Pada pelanggan Matahari *Department Store* di Surabaya

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan atas tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan akan bisa memiliki dua aspek manfaat, yakni :

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

1. Menambah wawasan bagi peneliti mengenai strategi pemasaran pada suatu perusahaan ritel agar dapat mengembangkan atau meningkatkan kepuasan pelanggan di dalam perusahaan ritel.
2. Hasil penelitian dapat menjadi alat bantu dan acuan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengangkat tema serupa maupun menggunakan hubungan antar variabel tertentu.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

**1.5.2.1** Instansi yang terkait dengan penelitian ini yaitu *Matahari Department Store* di Surabaya, agar bisa menjadikan penelitian ini sebagai salah satu sumber

data untuk mengembangkan *Intention To Repratonage* bagi konsumen Matahari *Department Store* kedepannya agar lebih banyak peminatnya.

**1.5.2.2** Memberikan pengetahuan tambahan untuk manajer dan pihak-pihak yang terkait untuk memberikan perhatian lebih baik kepada kualitas produk, kualitas layanan, dan fasilitas-fasilitas lainnya sehingga membuat konsumen memiliki *Intention To Repratonage* yang tinggi terhadap produk *Matahari Department Store*.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I: Pendahuluan**

Menjelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan penelitian, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

### **BAB II: Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis**

Bab ini menjelaskan tentang telaah pustaka dan hipotesis yang menjadi dasar dalam penyusunan proposal. Telah pustaka dan hipotesis akan dipergunakan sebagai dasar untuk melakukan analisis dan sebagai dasar pembahasan untuk memberikan konklusi, implikasi dan rekomendasi.

### **BAB III: Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan tentang metode dan jenis penelitian definisi operasional, jenis dan sumber data, target dan karakteristik populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel prosedur pengumpulan data dan skala, serta pengolahan data.

### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Berisi gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Indomaret di Surabaya; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

### **BAB V : KESIMPULAN**

Berisi simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.