

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis ritel di Indonesia mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari kompas.com (Julianto, 2017) bahwa “Industri ritel Tanah Air tengah menghadapi persoalan pelik. Satu per satu pelaku industri ritel di Indonesia mulai menghentikan operasional di gerai ritelnya”. Tercatat tertutupnya 7-eleven dan matahari dapertemen store yang ada di Jakarta hal tersebut membuktikan lesunya bisnis ritel pada saat ini. Hal tersebut dikarenakan adanya pergantian pola berbelanja dari konsumen yang beralih dari toko fisik menjadi toko online. Beberapa tempat bisnis ritel justru mengalami perkembangan hal ini membuktikan masih adanya pasar bagi bisnis ritel.

Menurut Marketeers.com (Bachdar, 2017), Transmart melahirkan konsep ritel 4 in 1 “Konsep ini dibentuk untuk menciptakan *new shopping experience* di tengah tren gaya hidup masyarakat yang berubah. Konsep *4 in 1* yang telah diujicobakan di Transmart Cempaka Putih sejak tahun 2015, Transmart menyematkan beberapa fasilitas tambahan, seperti Theme Park, Mini Trans Studio, varian restoran dan café, serta yang akan terrealisasi adalah bioskop.” Inovasi yang ditawarkan oleh Transmart ditengah lesunya peritel mampu membuat konsumen tertarik untuk berbelanja di Transmart. Keyakinan itu dapat

dibuktikan dengan suksesnya konsep 4 in 1 yang diterapkan di Transmart Cempaka Putih Jakarta. Komisaris PT Trans Corp berencana untuk menambah jumlah gerai hingga di Indonesia Timur. Munculnya gerai Transmart di Surabaya menggunakan konsep 4 in 1 shopping membuktikan bahwa konsep tersebut dapat diterima oleh masyarakat Surabaya.

Tabel 1.1
Table Jumlah Gerai PT Trans Retail

Jenis Ritel	Jumlah
Carrefour	70
Transmart Carrefour	26
Transmart	6
Groserindo	2
Total	104

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/> (2017)

Tabel data di atas, menunjukkan jumlah gerai PT. Trans Retail terdiri atas 104 gerai. Sebelumnya diketahui dari detik.com (Putri, 2016) “Sampai Maret 2016 ini, sudah berdiri 91 gerai Transmart Carrefour di Indonesia”. Pada tahun 2016 jumlah gerai PT Trans Ritel 91 gerai dan pada tahun 2017 meningkat menjadi 104 gerai dalam kurun waktu 1 tahun PT. Trans Retail sudah menambah gerai sebanyak 13 unit yang tersebar di Indonesia. Dari

fenomena tersebut membuktikan bahwa ritel masih bisa berkembang di Indonesia.

Peritel berusaha membuat konsumen melakukan pembelian ulang terhadap toko. *Intention to repatronage* merupakan penilaian individu tentang membeli kembali layanan yang ditunjuk dari perusahaan yang sama, dengan mempertimbangkan situasi saat ini dan keadaan yang memungkinkan. Peritel dalam usahanya harus menawarkan berbagai kenyamanan berbelanja, keamanan, dan harga yang lebih murah sehingga membuat konsumen menjadi loyal terhadap peritel tersebut dan dapat melakukan pembelian ke toko ritel. Loyalitas akan timbul jika konsumen merasa puas. Keadaan senang atau kecewa seorang konsumen timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap harapan mereka. Harapan berasal dari pengalaman pembelian masa lalu, nasihat teman dan rekan, serta informasi dan janji pemasar dan pesaing. Konsep TRA tentang niat perilaku dikembangkan untuk menjelaskan niat perilaku konsumen untuk melakukan pembelian ulang

Faktor lain dalam menimbulkan niat untuk melakukan pembelian ulang adalah *Customer Satisfaction*. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang mengenai kesenangan atau hasil yang menyenangkan dari membandingkan produk yang telah disediakan dengan harapan yang diinginkan oleh si pelanggan. Peningkatan dalam *Customer Satisfaction* dapat terjadi bila peritel memiliki harapan dari konsumen.

Peritel dapat memenuhi harapan dari konsumen dapat memberikan karakteristik barang dagangan (*merchandise*) yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen melihat barang dagang yang ditawarkan oleh peritel dari segi *price*, *quality*, dan *assortment*. Salah satu faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan adalah *merchandise assortment* atau ragam barang dagang. Ragam barang dagang dapat dengan mudah mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen, sehingga menimbulkan niat beli konsumen pada peritel. Barang dagangan merupakan produk atau layanan yang dimaksudkan untuk dijual dan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Persepsi pelanggan tentang kualitas barang dagangan dalam toko dapat dibangun dengan baik bila keberagaman barang dagang atau produk sesuai dengan harapan dari konsumen.

Konsumen pada saat memasuki toko, hal pertama yang dilihat dan dirasakan adalah suasana toko. Peritel harus memiliki toko yang efektif dengan tata letak yang baik akan merangsang lebih banyak eksplorasi di dalam toko oleh pelanggan yang memimpin untuk hasil positif lainnya yang kepuasan didalam toko. *In-store shopping environment* merupakan suasana lingkungan belanja dalam toko yang sengaja diciptakan untuk memberikan pengalaman belanja yang dapat mempengaruhi emosi didalam toko dan dapat memicu perilaku pembelian.

Faktor selanjutnya dalam mencapai kepuasan pelanggan adalah *interaction with staff*. Interaksi konsumen dengan karyawan dapat membantu konsumen dalam mendapatkan informasi yang diinginkan, sehingga informasi diinginkan oleh konsumen dapat menimbulkan kepuasan yang dirasakan konsumen dalam pemenuhan informasi produk yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut. Interaksi antara karyawan dengan konsumen dapat membuat konsumen memahami kekurangan atau keingintahuan terhadap toko maupun produk.

Berdasarkan faktor-faktor di atas maka penelitian ini penting untuk dilakukan terutama untuk peritel karena dalam mendapatkan pembeli yang dilakukan konsumen peritel harus memperhatikan kepuasan yang dirasakan. Objek pada penelitian ini akan dilakukan di Transmart Rungkut Surabaya dimana ritel tersebut adalah ritel yang mengalami perkembangan yang pesat dengan keadaan ekonomi saat ini.

Beranjak dari fenomena yang ada maka peneliti ingin melakukan penelitian yang menggunakan variabel pembelian ulang, kepuasan pelanggan, ragam barang dagang, suasana dalam toko, dan interaksi dengan pelayan yang didukung oleh penelitian terdahulu yang meneliti hal tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *merchandise assortment* berpengaruh positif terhadap kepuasan berbelanja pada konsumen Transmart Carrefour Rungkut Surabaya?
2. Apakah *internal shop environment* berpengaruh positif terhadap kepuasan berbelanja pada konsumen Transmart Carrefour Rungkut Surabaya?
3. Apakah *interaction with staff* berpengaruh positif terhadap kepuasan berbelanja pada konsumen Transmart Carrefour Rungkut Surabaya?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap *intention to repatronage* pada konsumen Transmart Carrefour Rungkut Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukukan untuk mengetahui:

1. Untuk menguji dan menganalisis *merchandise value* berpengaruh positif terhadap kepuasan berbelanja pada konsumen Transmart Carrefour Rungkut Surabaya.
2. Untuk menguji dan menganalisis *internal shop environment* berpengaruh positif terhadap kepuasan berbelanja pada konsumen Transmart Carrefour Rungkut Surabaya.

3. Untuk menguji dan menganalisis *interaction with staff* berpengaruh positif terhadap kepuasan berbelanja pada konsumen Transmart Carrefour Rungkut Surabaya.
4. Untuk menguji dan menganalisis kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap *intention to repatronage* pada konsumen Transmart Carrefour Rungkut Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi yang ingin melakukan penelitian, khususnya yang berkaitan dengan variabel *merchandise assortment*, *internal shop environment*, *interaction with staff*, *customer satisfaction*, dan *intention to repatronage*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan *intention to repatronage*, khususnya yang berkaitan dengan variabel *customer satisfaction*.

1.5. Sistematika Penulisan

Penyusunan hasil penelitian ini terdiri dari lima bab yang saling berkaitan, yaitu:

BAB 1: PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Tinjauan kepustakaan ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu; landasan teori mengenai: *merchandise assortment*, *internal shop environment*, *interaction with staff*, *customer satisfaction*, dan *intention to repatronage*; hubungan antar variabel; kerangka penelitian; dan hipotesis.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Berisi tentang jenis penelitian; identifikasi variabel; definisi operasional variabel; pengukuran variabel; data dan sumber data; alat dan metode pengumpulan data; populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel; teknik analisis data.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini akan diuraikan mengenai deskripsi data, pengujian data, persamaan struktural, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini akan dijelaskan tentang simpulan yang berdasarkan analisa dari bab-bab sebelumnya, dan saran untuk perbaikan.