

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern diikuti adanya globalisasi dan kondisi ekonomi dalam beberapa tahun terakhir di kota-kota besar di Indonesia, menyebabkan bisnis ritel saat ini berkembang dengan pesat. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya toko-toko ritel dan pusat perbelanjaan yang modern bermunculan, khususnya kota Surabaya. Toko-toko ritel tersebut terkumpul dalam sebuah tempat yang di sebut *shopping centre* atau *mall*, seperti Supermall Pakuwon Trade Center, Tunjungan Plaza, Galaxy Mall, Grand City, Ciputra World, dan lain-lain.

Berikut adalah perkembangan *mall* yang ada di Surabaya berdasarkan kanalsatu.com:

Tabel 1.1
Perkembangan Mall di Surabaya

Tahun	Mall
1986	Tunjungan Plasa, Delta Plaza, Surabaya Mall
2005-2012	Grand City, Ciputra World, Lenmarc, Eastcoast (Perkembangan Mall)
2014-2015	Supermall 2, Tunjungan Plaza 5, dan Marvell City (Rencana Pembangunan Mall)

Sumber: www.kanalsatu.com

Meningkatnya investor yang berniat membangun *mall* baru, menjadikan investasi pusat perbelanjaan di Surabaya masih cukup menarik. Hal ini akan semakin menggairahkan perekonomian di Surabaya, dan semakin memperketat kompetisi antar *mall*. Kehadiran pusat perbelanjaan baru dan bertambahnya volume ruang pusat perbelanjaan di Surabaya membuat manajemen pusat perbelanjaan harus mampu bersaing. Dengan banyaknya *mall* yang ada maka tingkat persaingan antar *mall* tersebut semakin meningkat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut setiap pengelola *mall* untuk selalu inovatif dalam melakukan pembaruan sehingga tetap menarik minat pengunjung atau konsumen untuk berbelanja.

Berdasarkan fenomena yang ada, untuk menghadapi persaingan antar *mall* tersebut dan agar tetap ramai dikunjungi pelanggan, maka pihak pengelola *mall* harus melakukan berbagai jenis upaya dalam kegiatan pemasarannya agar dapat menarik pelanggan dan memberikan pencitraan yang positif. Hal yang bisa dilakukan pengelola *mall* misalnya dengan membuat atribut *mall* yang berbeda dengan *mall* yang lain sebagai nilai lebih yang unggul dibandingkan dengan *mall* lainnya dan untuk mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu tempat untuk berbelanja. Dengan adanya citra dari *mall* yang baik yang ditampilkan melalui atribut *mall*, akan membuat konsumen sangat menikmati ketika berbelanja.

Shopping enjoyment atau kesenangan dalam berbelanja menurut Beatty dan Ferrell (1998, dalam Kwek, 2010:8) diartikan sebagai kesenangan yang diperoleh dari proses belanja. Konsumen yang senang berbelanja cenderung untuk lebih sering melakukan *in-store browsing*, meskipun konsumen tersebut tidak memiliki rencana untuk membeli dan hanya senang berjalan-jalan saja. Melihat pentingnya *shopping enjoyment* yang dirasakan oleh konsumen, maka sangat penting untuk mengetahui

faktor-faktor apa saja yang dapat menciptakan *shopping enjoyment* pada konsumen agar dapat meningkatkan tingkat pembelian konsumen tersebut. Seperti *mall atmosphere*, *quality of merchandise*, *convenience*, dan *enhancements*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wong *et al.*, (2012) didapatkan *quality of merchandise* dan *enhancements* memiliki pengaruh signifikan terhadap *shopping enjoyment*, sehingga *quality of merchandise* dan *enhancements* merupakan faktor penentu *shopping enjoyment*. Karena *enhancements* merupakan variabel *shopping enjoyment* sebaiknya perusahaan memperhatikan faktor tersebut dengan menawarkan nilai tambah seperti menawarkan aneka produk yang menarik, sehingga akan dapat menarik banyak konsumen.

Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya (Satwiko, 2009). Selain itu, Mowen dan Minor (2002, dalam Madjid, 2014) menjelaskan bahwa atmosfer toko atau mal dapat menghasilkan kesenangan berbelanja untuk konsumen. Dengan demikian kenyamanan atau *convenience* dan atmosfer merupakan salah satu faktor penentu *shopping enjoyment*.

Galaxy Mall merupakan *family mall* yang berkonsep untuk menyediakan seluruh kebutuhan keluarga dalam satu tempat. Galaxy Mall yang terletak di kawasan elit Surabaya Timur, dengan lokasi yang strategis memiliki area parkir yang luas dengan sistem keamanan yang memadai yang membuat pengunjung merasa aman ketika pergi berbelanja, yang dibangun dengan bangunan modern dan elegan, *layout mall* yang bagus sehingga membuat konsumen lebih mudah untuk menelusuri *mall*. Galaxy Mall juga menawarkan berbagai macam pilihan toko untuk *fashion* yang

memiliki *brand-brand* terkenal dan koleksi terbaru, department store, makanan, hiburan, supermarket yang menyediakan kebutuhan sehari-hari, dan lain-lain. Selain itu *security* nya lebih aman, tidak sembarangan orang dengan pakaian yang terlihat tidak rapi bisa masuk. Kondisi inilah yang membuat peneliti memilih Galaxy Mall sebagai objek penelitian.

1.2. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Mall Atmosphere* berpengaruh terhadap *Shopping Enjoyment* pada konsumen Galaxy Mall Surabaya?
2. Apakah *Quality of Merchandise* berpengaruh terhadap *Shopping Enjoyment* pada konsumen Galaxy Mall Surabaya?
3. Apakah *Convenience* berpengaruh terhadap *Shopping Enjoyment* pada konsumen Galaxy Mall Surabaya?
4. Apakah *Enhancements* berpengaruh terhadap *Shopping Enjoyment* pada konsumen Galaxy Mall Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Mall Atmosphere* terhadap *Shopping Enjoyment* pada konsumen Galaxy Mall Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Quality of Merchandise* terhadap *Shopping Enjoyment* pada konsumen Galaxy Mall Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Convenience* terhadap *Shopping Enjoyment* pada konsumen Galaxy Mall Surabaya.

4. Untuk menganalisis pengaruh *Enhancements* terhadap *Shopping Enjoyment* pada konsumen Galaxy Mall Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini meliputi dua hal, yaitu:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang pemahaman perilaku konsumen terhadap *shopping enjoyment*. Dan sebagai dasar informasi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi para praktisi di bidang ritel pada pusat perbelanjaan modern atau *mall* khususnya Galaxy Mall Surabaya untuk dapat memahami perilaku konsumen dalam berbelanja dengan *enjoy* dengan memberikan *mall atmosphere* yang bagus, *merchandise* yang berkualitas, menciptakan lingkungan yang nyaman bagi konsumen untuk berbelanja dan memberikan nilai tambah fasilitas bagi konsumen.
- b. Penelitian ini dapat digunakan untuk pengambilan keputusan atau untuk membantu membuat strategi mengenai layanan kepada konsumen agar konsumen *enjoy* ketika berbelanja.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang isi skripsi ini, maka disusun sistematika sebagai berikut:

Bab 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara umum mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini membahas tentang penelitian sebelumnya yang menjadi acuan, teori-teori yang relevan dengan topik penelitian, model analisis dan hipotesis.

Bab 3: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum perusahaan, deskripsi hasil penelitian, analisis model dan pengujian hipotesis serta pembahasan.

Bab 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisi simpulan hasil penelitian dan saran-saran perbaikan yang memungkinkan untuk ditindak-lanjuti, sehingga dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan