

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan utama, yaitu untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Dengan adanya persaingan dunia bisnis yang semakin ketat, disamping perubahan kondisi ekonomi seperti perubahan pendapatan, daya beli, selera, kebutuhan dan keinginan masyarakat yang nantinya mempengaruhi perilaku seseorang sebagai konsumen barang dan jasa, maka perusahaan dituntut untuk selalu mengantisipasi perubahan yang terjadi, baik lingkungan internal maupun eksternal, sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.

Dengan semakin pesatnya pertumbuhan jumlah perusahaan *retail* ini, maka persaingan di bidang pemasaran eceran semakin ketat. Salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan pada barang dan jasa tersebut adalah pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan hendaknya menempatkan konsumen sebagai suatu titik pusat yang harus diperhatikan. Kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam mencapai tujuan perusahaan. Kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan akan menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Disamping itu perusahaan juga harus selalu mengikuti kemajuan para pesaingnya sebagai dasar untuk menilai mutu pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen. Keunggulan tersebut diwujudkan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan untuk memperoleh barang dan jasa secara maksimum dengan

meningkatkan kualitas pelayanan, terlebih pada perusahaan *retail*, pihak pemasar harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar dapat menjadi pemimpin dalam persaingannya.

Menurut Oliver yang dikutip dalam Umar (2003:14), kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Tjiptono (2003:102), pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan oleh karena itu, baik pelanggan maupun peritel, akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Dengan melihat hubungan ini, jelaslah bahwa kepuasan pelanggan haruslah menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan.

Selain kualitas layanan, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *store atmosphere* dari peritel tersebut. Menurut Ha, et al (2010) dalam penelitiannya yang berjudul "*Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment*" menyatakan bahwa kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dimoderasi oleh *store atmosphere*. Dalam persaingan usaha eceran yang semakin kompetitif, peritel dituntut juga untuk mengembangkan usaha pemasaran yang kreatif dan inovatif guna menarik para konsumen. Salah satunya dengan kreativitas penciptaan suasana lingkungan toko, karena dewasa ini ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja, dimana kegiatan berbelanja tidak hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli barang kebutuhan saja, tapi juga kegiatan untuk rekreasi, hiburan atau hanya untuk pelepas stres. Artinya,

saat konsumen masuk ke sebuah toko, mereka tidak hanya memberikan penilaian terhadap produk yang ditawarkan *retailer* tapi juga akan memberikan penilaian terhadap kreatifitas penciptaan suasana lingkungan toko yang menyenangkan.

Dengan memperhatikan kualitas layanannya, peritel akan terus bersaing dalam merebut konsumennya agar merasa puas. Salah satu peritel yang berusaha menciptakan kepuasan pelanggannya melalui kualitas layanan dan penciptaan *store atmospherenya* adalah Sinar *Supermarket* Bintoro Surabaya. Sinar *Supermarket* merupakan bidang usaha yang bergerak di *supermarket retail* yang sudah berdiri bertahun-tahun dan cukup besar di kawasan Surabaya dimana yang menjadi tujuan utamanya adalah membantu masyarakat dalam menyediakan aneka barang kebutuhan sehari-hari di samping berkewajiban ingin memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat Surabaya.

Setiap bidang usaha pasti mempunyai kompetitor, apalagi mengingat bahwa produk yang dijual dari bidang usaha ini rata-rata adalah sejenis. Karena tidak adanya produk yang dapat ditonjolkan dibandingkan kompetitor, oleh karena itu Sinar ingin menjadikan pelayanan menjadi salah satu komoditi yang turut ditawarkan untuk merebut konsumen serta didukung dengan *store atmosphere* yang diciptakan. Tentu saja bukan hanya pelayanan yang dijadikan keunggulan, sekarang tempat yang layak dipandang dan dengan penataan letak yang nyaman pun merupakan salah satu komoditas dari sebuah supermarket sehingga dapat tercipta kepuasan pelanggan. Dalam menciptakan dan mempertahankan kualitas layanan, Sinar *Supermarket* Bintoro Surabaya perlu memperhatikan setiap bagian toko yang dianggap penting agar pelanggan merasa nyaman saat berada dan berbelanja di toko, yaitu fasilitas fisik, perhitungan yang akurat dan bebas

kesalahan di kasir, mempunyai produk yang berkualitas dan tidak cacat, keramahan karyawan, serta memperhatikan pelanggan secara individual. Maka perlu diketahui bagaimana Sinar *Supermarket* Bintoro Surabaya menerapkan kualitas layanannya sehingga menciptakan kepuasan pelanggan, serta sejauh mana *store atmosphere* berpengaruh terhadap hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai pengaruh kualitas layanan yang dimoderasi oleh variabel *store atmosphere*, yang dijalankan oleh Sinar Supermarket Bintoro Surabaya dalam mencapai kepuasan pelanggan.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, masalah yang ingin diteliti adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sinar Supermarket Bintoro Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dimoderasi *store atmosphere* pada Sinar Supermarket Bintoro Surabaya?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sinar Supermarket Bintoro Surabaya.
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang dimoderasi *store atmosphere* pada Sinar Supermarket Bintoro Surabaya.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis maupun praktis, yaitu:

##### **a. Manfaat Akademis**

Penulis dapat mengaplikasikan metode berpikir ilmiah dan berlatih memecahkan masalah yang berkenaan dengan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dengan *store atmosphere* sebagai variabel moderasi. Selain itu dapat menambah referensi dan sebagai bahan perbandingan bagi mahasiswa lain yang mengadakan penelitian terhadap permasalahan yang sama.

##### **b. Manfaat Praktis**

Dapat memperluas pengetahuan tentang perilaku belanja konsumen yang telah dipelajari dalam perkuliahan dan digunakan untuk masukan Sinar Supermarket Bintoro Surabaya dalam menentukan kebijakan-kebijakan khususnya di bidang pelayanan kepada konsumen.

#### **1.5. Sistematika Skripsi**

Untuk mempermudah pemahaman penulisan ini, maka disajikan sistematika yang terdiri dari:

##### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Menjelaskan secara singkat mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

##### **BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

Menjelaskan mengenai penelitian terdahulu dan telaah teoritis yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu kualitas layanan,

kepuasan pelanggan, *store atmosphere* dan pengaruh dari masing-masing variabel.

### BAB 3: METODE PENELITIAN

Menjelaskan jenis penelitian, variabel penelitian dan definisi operasionalnya, sumber data, alat dan metode pengumpulan data, karakteristik populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, dan analisis data.

### BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Menguraikan tentang karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

### BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Menguraikan simpulan hasil penelitian dan saran yang dapat dilakukan oleh Sinar *Supermarket* Bintoro Surabaya.

