

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dengan semakin banyaknya pelanggan yang meninggalkan perusahaan dan beralih ke perusahaan pesaing yang dikarenakan pengelolaan suasana toko dan kualitas pelayanan yang kurang maksimal maka akan menyebabkan menurunnya tingkat penjualan perusahaan. Implementasi suasana toko dan kualitas Pelayanan yang dirasakan oleh konsumen kurang maksimal mengakibatkan ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut, sebaliknya jika pengelolaan suasana toko dan kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen maksimal akan memberikan suatu dorongan untuk menjalin hubungan yang lebih baik sehingga timbul kepercayaan dan kesetiaan yang dapat memberikan citra positif tentang perusahaan tersebut terhadap orang lain dan akan menambah keuntungan bagi perusahaan.

Konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya selalu mempertimbangkan kualitas, tempat, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, Keputusan untuk membeli timbul karena adanya penilaian yang obyektif atau dorongan emosi. Keputusan pembelian adalah hasil dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental serta emosional.

Konsumen membuat sejumlah keputusan pembelian setiap hari, untuk itu, hampir seluruh perusahaan meneliti pengambilan keputusan pembelian konsumen

secara mendetail untuk memperoleh jawaban apa yang konsumen beli, dimana mereka membelinya, bagaimana caranya dan seberapa banyak, kapan dan mengapa mereka membelinya.

Implementasi suasana toko dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan penjualan produk/jasa sesuatu perusahaan merupakan alternatif untuk memenangkan persaingan dalam kondisi perekonomian yang berkembang dengan pesat dan sangat kompetitif yang paling potensial. Tingkat penjualan yang tinggi merupakan hal yang diinginkan bagi setiap perusahaan, bagi sebuah perusahaan dengan tingginya tingkat penjualan yang dihasilkan diharapkan laba yang diperoleh juga meningkat.

Setiap perusahaan hidup dari adanya konsumen yang loyal atau sering disebut sebagai pelanggan, karena itulah pelanggan merupakan satu-satunya alasan keberadaan sebuah perusahaan. Kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas setiap perusahaan, menjadikan kepuasan pelanggan sebagai fokus perusahaan merupakan salah satu bentuk pemahaman kebutuhan dalam kondisi perekonomian global sekarang ini. Dalam menjalankan usaha *Bakery* kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama yang harus dicapai, karena usaha *bakery* pada dasarnya berkembang atas kepuasan pelanggan dan kepercayaan. Kepuasan pelanggan yang terjaga dengan diharapkan nantinya terdapat pembelian berulang dan tercapainya kesinambungan bisnis

Pemahaman bahwa lingkungan fisik dapat mempengaruhi reaksi konsumen karena suasana toko dan kualitas pelayanan sebagai stimuli dapat menimbulkan hasrat keinginan konsumen membeli produk. Konsumen di dalam toko berada

pada suatu situasi yang dapat mendorong untuk melakukan penilaian. Proses penilaian yang dilakukan terhadap lingkungan fisik dapat menimbulkan reaksi konsumen (Ratih, 2016)

Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akibat dari pelayanan yang diterima dapat memberikan suatu dorongan untuk menjalin hubungan yang lebih baik sehingga timbul kepercayaan dan kesetiaan yang dapat memberikan citra positif tentang perusahaan tersebut terhadap orang lain. Untuk itu perlu dilakukan pengukuran terhadap kualitas pelayanan.

Dapat dijelaskan bahwa, kualitas pelayanan merupakan persepsi dari para konsumen, sehingga kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai ketidaksesuaian antara apa yang menjadi harapan atau keinginan dari para pelanggan terhadap apa yang menjadi persepsi dari para pelanggan itu sendiri.

Oleh karena itu para pelanggan tidak akan merasa puas apabila keinginan dan harapannya tidak dapat terpenuhi dan sebaliknya akan sangat puas apabila apa yang dirasakan dan dialami lebih baik dari apa yang diharapkannya dan akhirnya konsumen memutuskan untuk melakukan proses pembelian.

Berdasarkan uraian di atas nampak bahwa suasana toko dan kualitas pelayanan sebagai stimuli semakin kuat dipersepsikan oleh konsumen dalam memberikan informasi maka akan semakin kuat pula reaksi konsumen. Temuan tersebut mendukung pendapat yang dikemukakan oleh Park dan Lennon (2006) dalam (Dessyana, 2013) yaitu bahwa semakin kuat lingkungan fisik memberikan informasi kepada konsumen untuk dijadikan acuan maka akan semakin kuat mempengaruhi hasrat membeli konsumen dan melakukan keputusan pembelian

Gilbert (2008) dalam (Indra Jemmel Sendy Lupani, 2015) mendefinisikan *Store atmosphere* (suasana toko) merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan, suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian .

PT Anugrah Abadi Citra Rasa, pemegang merek dagang Holland Bakery adalah perusahaan yang bergerak dibidang usaha jasa boga. Holland Bakery pertama kali buka di Kota Batam pada 26 juli 2008, atas kerjasama rekanan Holland Bakery yang ada di Jakarta dan seorang pengusaha yang ada di kota Batam yang bernama Salam Jong Thek, saat ini Holland Bakery telah memiliki 14 *counter* di Kota Batam.

Holland Bakery pusat yang ada di Kota Batam terletak di jl. Engku Putri kompleks Batam Centre Square Blok C no. 6. Di wilayah Batam sendiri terdapat usaha-usaha jasa boga lain yang merupakan kompetitor sehingga secara tidak langsung mengurangi *market share* bagi Holland Bakery Batam, Holland Bakery mengeluarkan berbagai strategi untuk menginspirasi pesaing baru atau pesaing lama. Strategi yang dikeluarkan akan berorientasi pada penjualan Holland Bakery Batam.

Terkait dengan strategi dalam memperoleh pelanggan terdapat beberapa hal yang menjadi nilai lebih bagi Holland Bakery dimata konsumen yaitu rasa dan variasi menu, penataan dekorasi baik di dalam ataupun di luar toko, kecukupan makanan yang dijual dan pelayanan, beberapa hal inilah yang di duga membuat konsumen loyal dan melakukan pembelian berulang pada Holland Bakery.

Barang yang akan di produksi suatu perusahaan akan dinilai oleh konsumen, penilaian konsumen antara lain berupa daya tahan atau kekuatan barang, wujud atau model barang serta fungsi barang yang dihasilkan, apabila konsumen membeli barang tersebut. Holland Bakery dalam menjalankan usahanya sangat mengandalkan produk yang berkualitas, keramahan para pegawai dan pelayanan yang sangat diperhatikan karena hal inilah yang dapat dinilai langsung oleh konsumen.

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksinya tidak luput dalam usaha mencari profitabilitas sekecil mungkin, dan hal ini hanya akan terwujud apabila manajemen perusahaan melakukan langkah-langkah dan pilihan yang tepat terhadap jenis barang atau jasa yang akan dijualnya serta faktor produksi yang akan digunakannya. Menciptakan Suasana toko dan terus menerus meningkatkan kualitas pelayanan merupakan hal yang harus dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba.

Maka berdasarkan permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam sebuah skripsi yang berjudul **“PENGARUH SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOLLAND BAKERY DI KOTA BATAM”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat diidentifikasi kedalam beberapa pernyataan berikut:

1. Menurunnya tingkat penjualan perusahaan di Holland Bakery.
2. Persaingan Pengelolaan suasana toko dan kualitas pelayanan yang sangat ketat.
3. Upaya Holland Bakery untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.3. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang terpapar diatas diperoleh gambaran dimensi permasalahan yang begitu luas. Namun menyadari adanya keterbatasan waktu dan kemampuan, maka penulis memandang perlu memberi batasan masalah secara jelas dan terfokus.

Dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah dengan mengambil 2 variabel independen yang akan mempengaruhi 1 variabel dependen, yaitu:

1. Suasana toko sebagai variabel independen pertama
2. Kualitas pelayanan sebagai variabel independen kedua
3. Keputusan pembelian sebagai variabel dependen

Selanjutnya masalah yang menjadi objek penelitian dibatasi hanya pada pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan di Holland Bakery Batam centre.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat diketahui bahwa masalah yang dihadapi oleh Holland Bakery adalah:

1. Adakah pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen Holland Bakery di kota Batam?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Holland Bakery di kota Batam?
3. Adakah pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Konsumen Holland Bakery di Kota batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah agar mengerti dan mengetahui lebih spesifik mengenai pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yaitu:

1. Mendeskripsikan pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian.
2. Mendiskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
3. Mendiskripsikan pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yaitu manfaat teoritis/ akademis maupun manfaat praktis.

1.6.1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat dalam memberikan sumbangan konseptual bagi perkembangan kajian ilmu manajemen dan nantinya diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan kajian dalam penelitian civitas akademika.

1.6.2. Manfaat Praktis

Sebagai evaluasi terhadap aplikasi suasana toko dan kualitas pelayanan yang selama ini terapkan dan sebagai implikasi lebih lanjut dalam memberikan informasi yang berkelanjutan guna terciptanya peningkatan hasil penjualan.