BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini bisnis ritel yang terus berkembang merupakan pasar yang menjanjikan dimana menjadi fokus utama dalam dunia bisnis. Di saat ini perusahaan berkompetisi untuk menguasai pasar agar konsumen yang mereka dapatkan bisa melakukan pembelian secara berkelanjutan pada produk milik perusahaan dan tidak berpaling ke perusahaan lain dengan produk maupun jasa yang sama. Akan tetapi karena bisnis ritel yang berkembang ini pula, tren dan lingkungan sekitar terus mengalami perubahan secara terus-menerus yang membuat perhatian utama sebuah bisnis adalah untuk mengerti pilihan konsumen yang bervariasi. Tujuan pasar saat ini pun bukan hanya untuk mendapatkan profit tetapi juga untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Dengan memberikan pengalaman yang menyenangkan dan nyaman. Perubahan lingkungan dan persaingan ini juga menimbulkan perubahan pada pandangan dan gaya hidup pelanggan dalam melakukan keputusan dalam melakukan pembelian. Agar perusahaan dapat menguasai pasar bisnis saat ini, maka sebuah perusahaan haruslah mempunyai keeunikannya masing-masing agar dapat menarik perhatian konsumen nya (Siow, 2013 : 2).

Salah satu aktivitas yang menyenangkan untuk sebagian orang terutama ada kalangan para remaja adalah berbelanja. Akan tetapi beda dengan tahun sebelumnya yang belanja adalah sebuah aktivitas untuk memenuhi kebutuhan

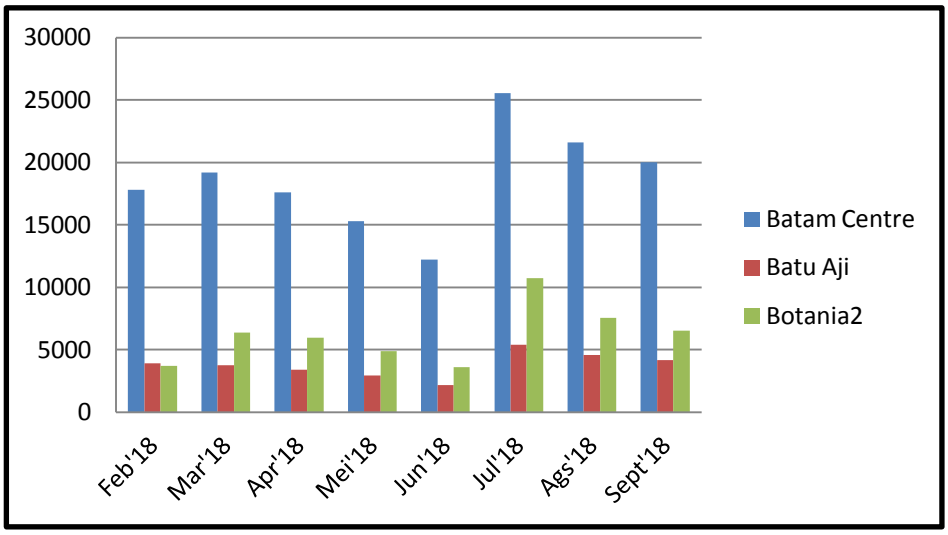
sehari-hari yang dilakukan secara rutin. Kini berbelanja menjadi sebuah hiburan atau kesenangan untuk mengurangi kejenuhan akibat dari aktivitas sehari-hari. Penilaian secara langsung oleh konsumen akan diberikan ketika konsumen tersebut melakukan pembelian pada toko. Memasuki bisnis yang kompetitif, perusahaan harus memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Ditengah masyarakat yang kini peduli akan kualitas, sebuah kualitas pelayanan menjadi kunci untuk membangun bisnis yang sukses. Apabila sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi konsumennya. Maka, konsumen tersebut akan puas dan menjadi konsumen yang loyal serta memberikan *feedback* positif.

Kualitas pelayanan merupakan prilaku penjual kepada konsumen untuk memberikan kepuasan pada konsumennya. Setelah konsumen merasa puas terhadap produk yang yang diterimanya, konsumenaakan segera membandingkan produk maupun jasa tersebut dengan pelayanan yang didapatkannya. Apabila konsumen tersebut merasa sangat puas, mereka akan melakukan pembelian ulang dan menjadi konsumen yang loyal serta merekomendasikan produk atau jasa tersebut pada orang lain di tempat yang sama. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa sebuah pelayanan yang berkualitas dapat dijadikan sebagai sebuah kunci kesuksesan dalam menarik minat konsumen dan menjadikannya konsumen yang loyal atau dalam hal ini dapat disebut sebagai pelanggan. Kualitas pelayanan juga merupakan pusat pada bagaimana cara perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta memilih cara yang tepat dalam pelayanan untuk memenuhi harapan dari konsumen (Sinambow & Trang, 2015 : 3).

(Melisa E.B. Go, Joyce Lapian, 2014 : 3) menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang dapat diberikan yang dapat disesuaikan dengan ekspetasi seorang pelanggan dan kualitas merupakan tingkat mutu yang diharapkan oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen.

Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat menarik perhatian konsumen serta mencari tau bagaimana produk perusahaan dapat diterima oleh konsumen. salah satunya adalah dengan mendesain suasana toko (*store atmosphere)* . (Astriani, Maki, Massie, & Soepeno, 2017 : 3) dalam jurnalnya mengungkapkan bahwa *store atmosphere* sebagai suasana toko yang mengacu pada desain seperti komunikasi visual, warna, cahaya , aroma, dan musik untuk merespon persepsi dan emosi pelanggan yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian. Desain dari *store atmosphere* dapat dilakukan dengan cara membangun konsep yang menarik serta efektif. Sehingga dapat memberikan konsumen rasa kenyamanan dalam melakukan interaksi hingga ke transaksi selanjutnya atau pembelian yang akan ia lakukan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa, *store atmosphere* dapat mempengaruhi keputusan seorang konsumen dikarenakan *store atmosphere* terhitung penting dalam menjalankan sebuah usaha karena dapat berpengaruh pada kenyamanan konsumen yang mendatangi langsung ke usaha perusahaan. Perusahaan juga diharapkan dapat memberikan rasa nyaman semaksimal mungkin agar perusahaan mendapatkan persepsi yang positif pada kalangan masyarakat yang dapat menjadi langkah besar untuk membangun reputasi yang baik.

Berikut adalah grafik penjualan yang telah dicapai 3 cabang Edukits pada bulan Februari hingga bulan September pada tahun 2018 :



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Edukits Dari Februari – September 2018

Sumber : Hasil Data Program SGEEDE

Dari data grafik penjualan diatas, edukits Batam Centre memiliki total transaksi Penjualan sebanyak 17.791 transaksi pada bulan Febuari dan mendapatkan peningkatan sebanyak 19.204 transaksi pada bulan Maret. Akan tetapi terdapat penurunan pada bulan April hingga bulan Juni, pada bulan Juni terdapat 12.205 transaksi. Pada bulan Juli terdapat kenaikan sebanyak 25.575 transaksi dan terus mendapatkan penurunan pada bulan Agustus sebanyak 21.604 transaksi hingga bulan September sebanyak 20.001 transaksi.

Pada bulan Febuari edukits Batu Aji mendapatkan total transaksi penjualan sebanyak 3.930 transaksi dan terus mendapatkan penurunan transaksi pada bulan Maret hingga Juni, pada bulan Juni terdapat 2.189 transaksi. Pada bulan Juli terdapat kenaikan sebanyak 5.399 transaksi dan terus mendapatkan penurusan

pada bulan Agustus sebanyak 4561 transaksi hingga bulan September sebanyak 4.160 transaksi.

Edukits Botania mendapatkan total transaksi sebanyak 3.693 transaksi pada bulan Febuari dan mendapatkan peningkatan transaksi sebanya 6.373 transaksi pada bulan Maret. Akan tetapi edukits Botania mengalami penurunan transaksi pada bulan April hingga Juni, pada bulan Juni terdapat 3.612 transaksi. Pada bulan Juli terdapat kenaikan transaksi sebanyak 10.742 transaksi, akan tetapi terjadi penurunan pada bulan Agustus dan September, pada bulan September terdapat 6.499 transaksi.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa, Edukits pada cabang Batam Centre, Botania, dan Batu Aji terdapat kesamaan pada bulan Febuari, terdapat kenaikan dalam penjualan. Pada bulan Maret hingga Juni, terdapat penurunan transaksi secara terus-menerus. Pada bulan Juli Edukits mendapatkan kenaikan transaksi dikarenakan Tahun Ajaran Baru (TAB), terdapat permintaan yang tinggi dari konsumen pada *stationery*, buku hingga piala. Akan tetapi pada bulan Agustus dan September, terjadi penurunan transaksi lagi pada ketiga cabang tersebut. Hal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang menyebabkan transaksi menurun dikarenakan ruangan yang kurang nyaman disebabkan karena ruangan kurang pencahayaan dan pendingin ruangan yang sering rusak sehingga mengganggu sirkulasi udara, tata letak produk yang kurang efektif dan efisien serta kurangnya pelayanan yang berkualitas dikarenakan banyaknya karyawan baru yang belum sempat mendapatkan pelatihan langsung

dan belum mengenal lebih jauh mengenai produk yang mereka tawarkan kepada konsumen.

Edukits adalah salah satu bisnis ritel yang sukses di kota batam dimiliki oleh PT Mega Buana Indah. Toko Edukits sendiri memiliki beraneka ragaman produk. mulai dari piala, *stationery*, alat music, perlengkapan office, perlengkapan rumah tangga hingga alat-alat elektronik. *Stationery* merupakan salah satu produk yang sering dibeli oleh kalangan masyarakat, mulai dari murid sekolah hingga ke perusahaan kecil maupun besar. Akan tetapi kehadiran peluang usaha yang besar ini mendatangkan pesaing-pesaing seperti Gramedia, Ballyson, Kharisma dan lainnya. Salah satu cara agar Edukits dapat mempertahankan konsumennya dan memenangkan pasar bisnis kompetitif ini adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan suasana tokonya agar terlihat menarik dan dapat memberikan konsumen suatu rasa kenyamanan dalam melakukan transaksi pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas. Mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT MEGA BUANA INDAH EDUKITS".**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasikan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya desain suasana toko yang dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen.
2. Kurangnya waktu pelatihan yang harus diberikan kepada karyawan baru.
3. Tata letak produk yang tidak efisien dan efektif.
4. Berkembangnya bisnis ritel yang mendatangkan pesaing-pesaing baru.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, peneliti memandang perlunya sebuah pembatasan masalah. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat berfokus pada topik yang memang menjadi pokok permasalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Mega Buana Indah Edukits Batam Centre.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Mega Buana Indah Edukits ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Mega Buana Indah Edukits?

3. Apakah *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian pada PT Mega Buana Indah Edukits ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui :

1. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada PT Mega Buana Indah Edukits.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Mega Buana Indah Edukits.
3. Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempengruhi keputusan pembelian pada PT Mega Buana Indah Edukits.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari proposal penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan teori terhadap Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Mega Buana Indah Edukits.

2. Pengembangan konsep terhadap Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Mega Buana Indah Edukits.

1.6.2 Manfaat Praktisi

Manfaat Praktisi dari proposal penelitian ini adalah sebagi berikut:

1. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat untuk PT MEGA BUANA INDAH dalam membangun strategi pemasaran produknya dengan baik dan tepat.

2. Bagi peneliti

   Penelitian ini dapat menambahkan pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai *store atmosphere* dan kualitas pelayan terhadap suatu keputusan pembelian

3. Bagi Universitas Putera Batam

   Sebagai suatu hasil karya yang dapat dijadikan bahan pustaka bagi mahasiswa yang memiliki ketertarikan dalam meneliti teori yang sama.