

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perilaku konsumen seseorang bisa dikatakan unik, karena memiliki sikap yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Selain itu konsumen juga berasal dari beberapa segmen yang berbeda, sehingga apa yang dibutuhkan dan diperlukan juga berbeda. Perilaku konsumen juga mempengaruhi setiap konsumen lainnya dalam mengambil keputusan dalam pembelian suatu produk yang ada.

Bisnis ritel di Indonesia sendiri terdiri dari dua kategori yaitu ritel tradisional dan ritel *modern*, ritel tradisional seperti pasar-pasar tradisional atau warung dan toko kelontong yang berada di tengah permukiman, sedangkan ritel *modern* seperti minimarket, supermarket atau toko-toko yang dikelola secara sistematis dengan pencatatan yang rapih.

Perkembangan toko ritel seperti minimarket, supermarket dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menjadi insentif dalam kemajuannya, yaitu faktor dari sisi permintaan terhadap pelayanan ritel, diantaranya pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi telah meningkatkan kesejahteraan konsumen melalui kenaikan pendapat per kapita. Kemudian, kenaikan pendapatan mendorong konsumsi dan peningkatan pelayanan serta pengalaman berbelanja yang nyaman.

Menurut Kotler & Keller (2012) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu pelayanan jasa dari penjual yang sama.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran *modern*. Karena dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu. Loyalitas pelanggan juga merupakan suatu kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan juga penting bagi pihak Indomaret Tomang sendiri, karena Indomaret bukan hanya dinilai dari jumlah banyaknya pelanggan, melainkan seberapa jauh hubungan untuk jangka panjang dengan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini jauh lebih penting daripada berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru, karena biaya yang diperlukan untuk mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan lama.

Menurut Marissa, Rachma, & Hufron (2019) kepuasan pelanggan merupakan perasaan kecewa maupun senang seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika harapan dibawah dari persepsi maka pelanggan tidak puas dan sebaliknya jika harapan lebih besar dari persepsi maka pelanggan puas.

Dengan terpuaskannya keinginan dan kebutuhan para pelanggan maka hal ini memiliki dampak yang positif bagi suatu perusahaan. Apabila pelanggan merasa puas akan suatu produk atau jasa tentunya pelanggan tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk atau jasa secara terus menerus.

Jadi, ketika Indomaret mampu membangun kepuasan pelanggan, maka akan ada kemungkinan pelanggan akan membeli produk atau jasa di Indomaret Tomang, serta kepuasan pelanggan dapat dibentuk melalui pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan.

*Store atmosphere* merupakan suasana toko yang dikombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperature, musik dan aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak pelanggan. Melalui suasana toko yang sengaja di ciptakan oleh ritel berupaya untuk mengkomunikasikan informasi terkait dengan pelayanan, harga maupun ketersediaan barang dagangan yang bersifat *fashionable*. *Store atmosphere* terdiri dari *store exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* (Marissa et al., 2019).

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indomaret kepada pelanggan sangatlah penting, karena kalau kualitas pelayanan tidak diterima baik oleh pelanggan, maka hal ini juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan secara tidak langsung akan mempengaruhi hubungan jangka panjang perusahaan dengan pelanggan, yaitu loyalitas pelanggan akan menurun atau berkurang.

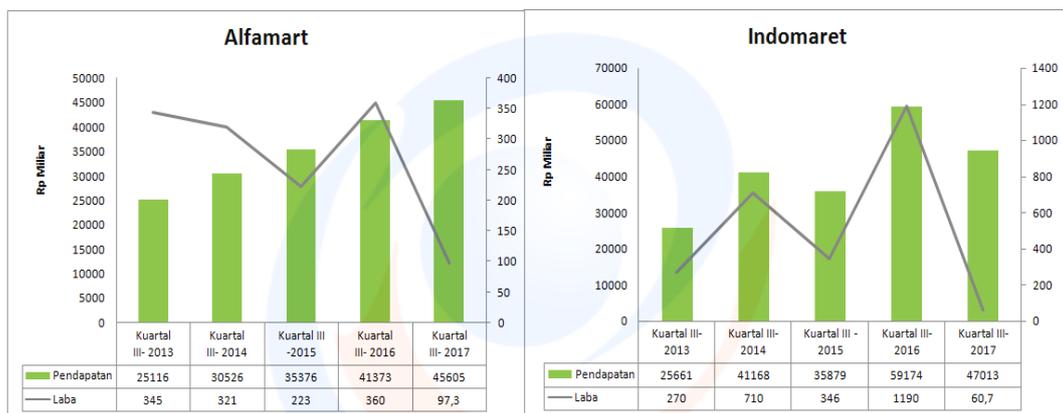
Seiring adanya perkembangan ekonomi khususnya dibidang bisnis ritel, salah satu bisnis ritel yang juga berkembang yaitu perusahaan Indomaret yang dioperasikan oleh PT Indomarco Prismaatama, unit usaha PT Indoritel Makmur Internasional Tbk (DNET), adapun Alfamart yang dikelola oleh PT Sumber Alfaria Trijaya TBK (AMRT).

Kemunculan minimarket dalam beberapa tahun terakhir semakin pesat di tengah kehidupan masyarakat yang semakin *modern*. Dengan sistem waralaba, perusahaan ritel semakin mudah membuka toko tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

Akibatnya, *outlet* Indomaret dan Alfamart kian menjamur hingga ke berbagai pelosok desa di seluruh Indonesia. Keduanya sama-sama menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat, seperti makanan, kebutuhan rumah tangga hingga parfum dengan harga yang bersaing.

Walaupun sering sekali dilihat oleh masyarakat, gerai Indomaret dan Alfamart itu lokasinya berdekatan. Dalam strategi bisnisnya yang tidak jauh beda, keduanya saling giat untuk bersaing tidak hanya dalam harga tapi juga dalam peningkatan jumlah toko.

Hal ini juga memiliki pengaruh terhadap *outlet* Indomaret, karena *outlet* Indomaret yang juga termasuk salah satu jenis bisnis ritel *modern*. PT Indomarco Prismatama atau yang sering dikenal dengan Indomaret, pada tahun 1997 Indomaret melakukan pola kemitraan (waralaba) dengan membuka peluang bagi masyarakat luas untuk turut serta memiliki dan mengelola sendiri gerai Indomaret. Pola waralaba ini ditawarkan setelah Indomaret terbukti sehat dengan memiliki lebih dari 700 gerai, yang didukung oleh sistem dan format bisnis yang baik. Berikut perbandingan pendapatan dan laba antara Alfamart dengan Indomaret.

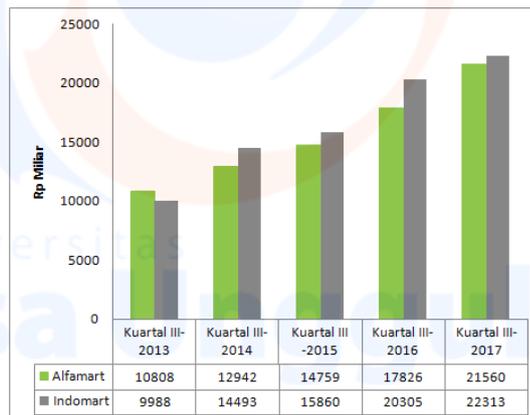


Sumber: Laporan keuangan diolah Bareksa (2019)

**Gambar 1. 1 Pendapatan dan Laba Sumber Alfaria dan Indomarco (Rp miliar) 2018.**

Dari gambar diatas menunjukkan penurunan laba pada Indomaret pada kuartal III tahun 2017 hingga 95% menjadi Rp 60.000.000.000,- dari sebelumnya Rp 1.100.000.000.000,-. Padahal dari sisi pendapatan hanya turun 20% menjadi Rp 47.000.000.000.000,- dari sebelumnya Rp 59.000.000.000.000,-.

PT Indomarco Prismatama sebagai pengelola gerai Indomaret terus gencar berekspansi menambah gerai baru. Hingga kuartal III, perusahaan sudah memiliki 14.846 gerai Indomaret yang terbesar di seluruh wilayah Indonesia. Jumlah tersebut akan terus ditambah pada tahun ini. Hingga akhir tahun ini, Indomaret menargetkan penambahan sebanyak 1.000 gerai.



Sumber: Laporan keuangan diolah Bareksa (2019)

**Gambar 1. 2 Nilai Total Aset Sumber Alfaria dan Indomarco (Rp miliar) 2018.**

Seiring dengan bertambahnya jumlah gerai, nilai asset perusahaan juga melonjak cukup tajam setiap tahunnya. Nilai total aset Indomaret pada kuartal III 2017 juga naik 9% menjadi Rp22 triliun dari sebelumnya hanya Rp20,3 triliun. Jika dibandingkan periode 5 tahun sebelumnya, nilai aset Indomaret melonjak 125% dari sebelumnya hanya Rp 9,8 triliun di kuartal III 2013.

Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berbelanja di Indomaret diantaranya kualitas pelayanan, *store atmosphere*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja kembali atau juga bisa merekomendasikan kepada orang lain. Hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh sangat positif, sehingga dari kualitas pelayanan bisa mempengaruhi seseorang untuk bisa menjadi loyalitas pelanggan. Penelitian ini dikuatkan dengan hasil pra survei yang dilakukan di Indomaret Tomang dengan jumlah 20 responden.

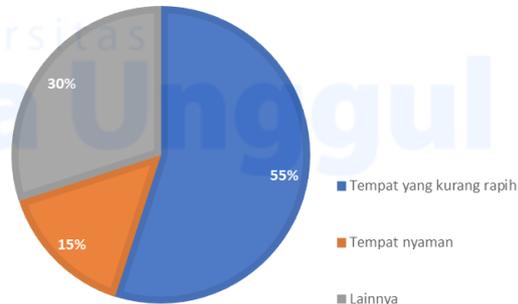


Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2019

**Gambar 1. 3 Hasil pra survey kualitas pelayanan pada pelanggan Indomaret Tomang**

Hasil dari pra survey diatas sebanyak 20 responden yang menjadi pelanggan Indomaret Tomang yang ditemui pada Indomaret Tomang. Dimana sebanyak 10 orang responden (50%) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang didapatkan sangat tidak

baik karena pelayanannya yang lama, serta ada 6 orang responden (30%) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang didapatkan tidak baik dikarenakan masih ada karyawan yang tidak ramah. Selain itu, ada 4 orang responden (20%) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima sedang dikarenakan lain hal.



Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2019

**Gambar 1. 4 Hasil pra survey *Store atmosphere* pada pelanggan Indomaret Tomang**

Hasil dari pra survey diatas sebanyak 20 responden yang menjadi pelanggan Indomaret Tomang yang ditemui pada Indomaret Tomang. Dimana sebanyak 11 orang responden (55%) menyatakan bahwa *Store atmosphere* yang ada ditemui tidak baik karena tempatnya yang kurang rapih, serta ada 3 orang responden (15%) menyatakan bahwa *store atmosphere* yang ditemui baik dikarenakan tempatnya yang nyaman. Selain itu, ada 6 orang responden (30%) menyatakan bahwa *Store atmosphere* yang ditemui dikarenakan lain hal.



Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2019

**Gambar 1. 5 Hasil pra survey kepuasan pelanggan pada pelanggan Indomaret Tomang**

Hasil dari pra survey diatas sebanyak 20 responden yang menjadi pelanggan Indomaret Tomang yang ditemui pada Indomaret Tomang. Dimana sebanyak 11 orang responden (55%) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang ada diterima tidak baik karena karyawannya yang kurang respek, serta ada 5 orang responden (25%) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang diterima kurang memuaskan dikarenakan pelayanan kasir yang lama. Selain itu, ada 4 orang responden (20%) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang diterima tidak memuaskan dikarenakan lain hal.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store atmosphere*, melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret di Tomang”**.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pelanggan pada Indomaret Tomang mendapatkan pelayanan yang kurang baik karena pelayanannya yang lama sehingga mengakibatkan pelanggan jadi enggan untuk kembali.
2. Terkadang masih ada keluhan-keluhan pelanggan dari sisi kerapihan dan kebersihan di Indomaret Tomang, jika tidak ditangani dengan segera maka pelanggan akan mencari tempat lain untuk berbelanja.
3. Kepuasan pelanggan yang didapatkan dari Indomaret Tomang kurang, karena pelayanannya yang kurang ramah terhadap pelanggan, jika sistem kerja tersebut tidak diperbaiki maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan di Indomaret Tomang untuk jangka panjangnya.

## 1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka penulis membatasi masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Penulisan hanya berfokus pada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store atmosphere*, melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret di Tomang ruang lingkup penelitian pada *outlet* Indomaret Tomang.
2. Responden pada penelitian ini adalah konsumen Indomaret Tomang yang ditemui di *outlet* Indomaret Tomang.

## 1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang?
2. Apakah terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang?

3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang?
5. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Indomaret Tomang?
6. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang?
7. Apakah terdapat pengaruh antara *store atmosphere* melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang?

### 1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang.
5. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Indomaret Tomang.
6. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang.
7. Untuk mengetahui pengaruh antara *store atmosphere* melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang.

### 1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait yaitu:

1. Bagi Penulis  
Penelitian dilakukan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, *store atmosphere*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada *outlet* Indomaret Tomang.
2. Bagi Pembaca  
Penelitian ini hanya dijadikan bahan referensi atau tambahan bacaan khusus untuk mengembangkan ilmu-ilmu pengetahuan yang terkait dengan pengaruh

kualitas pelayanan, *store atmosphere*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi serta dapat dijadikan dasar masukan bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi *outlet* Indomaret Tomang dalam rangka meningkatkan kualitas dan penjualan atau kebijakan dalam sistem pengembangan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membuat *brand image* dikalangan masyarakat pada *outlet* Indomaret Tomang.