

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di era global lingkungan persaingan bisnis telah membuat berbagai perusahaan untuk senantiasa berusaha menambah dan mempertahankan pangsa pasarnya. Karena dalam hal ini persaingan dalam dunia usaha merupakan titik perhatian utama. Terlebih semakin mudahnya permunculan perusahaan yang lain yang merupakan ancaman dan turut serta mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Persaingan semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan menepatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Karena kunci utama memenangkan pesaing adalah dengan memberikan nilai kepuasan kepada pelanggan melalui produk dan jasa yang berkualitas dengan harga terjangkau. Semakin banyak pesaing menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak. Dengan demikian kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar. Hak-hak konsumen pun melalui mendapatkan perhatian besar terutama dalam keamanan dalam pemakaian barang atau jasa tertentu.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan oleh harapannya, dengan diamsuksikan bahwa kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas dan kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas sebab kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama pelayanan prima (kotler : 2010:70).

Banyak hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam suatu bisnis diantaranya yaitu: kualitas pelayan, produk harga, dan atribut-atribut lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semua hal tersebut diperhatikan karena hal-hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Suasana toko (*store atmosphere*) merupakan salah satu faktor yang penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Suasana toko adalah suasana yang ada didalam toko yang mempengaruhi konsumen pada saat mereka melakukan pembelian, misalnya memberikan pengaruh kepercayaan terhadap pelanggan, memberikan rasa aman dan kenyamanan yang berujung pada sebuah kepuasan.

Namun jika suasana toko dalam suatu bisnis itu menarik, saran dan prasarana memadai, bagian toko yang bersih, semua barang yang ada dirak tertata rapi, ruangan sejuk, ventilasi udara bagus, hubungan antara konsumen dan karyawan baik, maka tidak menutup kemungkinan bagi konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang, maka konsumen akan cenderung setia terhadap perusahaan tersebut, oleh karena itu maka akan terdorong terciptanya kepuasan konsumen, yang pada akhirnya menciptakan *image* yang baik dibenak konsumen, sehingga perusahaan tersebut mampu mengembangkan bisnis yang lebih efektif dan efisien terhadap perusahaan.

NEW TC Telaga Corner merupakan salah satu Departemen store yang ada di Gorontalo yang bergerak di bidang penjualan ritel dengan berbagai macam produk barang yang semakin banyak peminatnya. Pada produk yang di jual, profesionalitas karyawan, dan pencitraan toko yang menarik yang merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan iklim belanja yang baik. Karena dengan banyaknya toko-toko yang ada di kota Gorontalo membuat persaingan bisnis menjadi begitu ketat, sehingga NEW TC Telaga Corner mampu bersaing dengan perusahaan ritel lainnya yang ada disekitarnya, seperti Telaga Mart. Selain itu NEW TC Telaga corner

berusaha untuk menarik perhatian pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan tetap dengan memberikan tingkat kepuasan yang tinggi diantaranya dengan menjaga dan meningkatkan *image* dimata pelanggan sehingga mereka akan tetap loyal pada toko yang mempunyai *image* baik dan tetap menciptakan tingkat loyalitas yang tinggi pula di benak pelanggan. Dari pengamatan yang ada di perusahaan ini terlihat bahwa mulai berkurangnya pelanggan yang berkunjung. Namun penelitian ini difokuskan kepada pelanggan .

Tabel 1.1 Data Pengunjung Di New TC Telaga Corner pada 3 Tahun Terakhir

Tahun	Pengunjung
2011-2012	2400
2012-2013	3030
2013-2014	2860

Sumber data pengunjung New TC Telaga Corner

Berdasarkan data pengunjung yang diperoleh dari NEW TC Telaga Corner bahwa pada tahun 2011-2012 jumlah pengunjung sebanyak 2.400 orang per bulan. Pada tahun berikutnya pihak manajemen toko berinisiatif mempromosikan toko tersebut dan menambah fasilitas dari toko tersebut seperti: penambahan tempat parkir yang lebih luas dari yang sebelumnya dan restaurant yang diberi nama food corner yang bisa dijadikan oleh pengunjung sebagai tempat bersantai, sehingga jumlah pengunjung pada tahun 2012-2013 meningkat yaitu sebanyak 3.030 orang perbulan. Dan pada tahun 2013-2014 jumlah pengunjung menurun menjadi 2.860 orang per bulan, sebab sudah adanya perusahaan ritel lainnya yang ikut berkembang sehingga menjadi pesaing dari toko NEW TC Telaga Observasi awal penelitian yang dilakukan di NEW TC Telaga Corner, melalui wawancara beberapa konsemen, yang mengatakan NEW TC Telaga Corner menjual produk-produk untuk kebutuhan masyarakat dengan harga yang terjangkau, kualitas barang yang terjamin serta lahan

parkir yang luas dan terdapat restaurant untuk pengunjung yang akan menambah kenyamanan pengunjung dalam berbelanja. Dalam hal ini NEW TC Telaga Corner telah berusaha menciptakan citra yang baik bagi konsumennya.

Di samping itu juga ada fenomena yang saat ini terjadi di NEW TC Telaga Corner Beberapa konsumen berpendapat bahwa susunan *layout*-nyamasih kurang rapi. Sehingga konsumen merasa sulit dalam mencari atau memilih barang yang mereka perlukan. Dan jika dilihat dari segi *promotion* konsumen berpendapat bahwa pada toko tersebut belum terdapat media seperti brosur, spanduk, dan iklan serta program harga diskon atau promo yang biasanya diadakan setiap ritel besar yang bisa menarik perhatian konsumen dalam berbelanja pada toko tersebut.

Selain itu dilihat dari segi *physical facilities* konsumen berpendapat bahwa tidak semuapara pegawai tidak memakai seragam pegawai, sehingga para konsumen sulit membedakan yang mana yang termasuk pegawai dan yang bukan pegawai pada toko itu.

Kondisi tersebut bila terus dibiarkan dan tidak diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan, maka tidak menutupi kemungkinan hal ini akan berdampak pada berkurangnya pengunjung dan pada akhirnya berdampak pada NEW TC Tealaga Corner ini. Demikian dapat dikatakan bahwa citra toko yang diberikan oleh manajemen perusahaan belum sepenuhnya tercapai atau masih belum tinggi. Dan Mengingat juga di toko tersebut terdapat pesaing terdekat, yaitu Telaga Mart. Namun, apabila hal ini dapat diantisipasi oleh pihak manajemen toko, maka tidak menutup kemungkinan bagi konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang dan akan cenderung setia terhadap toko tersebut, dan dari itu akan terdorong untuk terciptanya kepuasan konsumen, yang pada akhirnya menciptakan Image yang baik dibenak

konsumen, sehingga toko tersebut akan mampu mengembangkan bisnisnya lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik meneliti tentang **“Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko New Tc Telaga Corner Di Gorontalo”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas teridentifikasi penelitian sebagai berikut:

1. Konsumen merasa kurang puas dengan susunan *layout* toko NEW TC Telaga Corner
2. Rendahnya strategi promotion dari tenaga jual di NEW TC Telaga Corner
3. Masih kurangnya *physical facilities* di NEW TC Telaga Corner

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian tersebut penulis merumuskan dalam penelitian ini yaitu “Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko NEW TC Telaga Corner?”

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis dan mengetahui apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada NEW TC Telaga Corner?

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan informasi penting tentang faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan yang loyal

terhadap produk jasa dari perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Sebagai pengalaman berharga bagi peneliti dan sebagai referensi penelitian selanjutnya. Serta dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dapat menambah wawasan bagi toko tersebut tentang menciptakan suasana toko yang baik.