

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Bisnis ritel sekarang berkembang cukup pesat. Bisa dilihat dengan banyak munculnya bisnis ritel di kota-kota besar, salah satunya Surabaya. Surabaya banyak memiliki peritel yang buka di mall-mall, karena konsumen suka berbelanja sehingga banyak peluang untuk mendirikan bisnis dan peluang mendirikan mall baru. Ramainya pembangunan mall atau pusat perbelanjaan sekarang diharapkan dapat menarik banyak pengunjung untuk datang dan bisa tertarik pada produk yang ditawarkan.

Perkembangan bisnis ritel sekarang ini juga dipengaruhi oleh keinginan masyarakat yang semakin banyak. Oleh sebab itu banyak peritel yang berusaha untuk memenuhi keinginan tersebut dengan melihat produk seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Bukan hanya produk saja tetapi kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen akan menjadi nilai tersendiri bagi konsumen, apakah akan membeli dan datang lagi. Jika kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan maka konsumen juga enggan untuk berbelanja kembali. Sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang menentukan pengalaman berbelanja yang dimiliki oleh konsumen.

Nike merupakan salah satu spesialis *store* yang berkembang di Surabaya. Ada beberapa outlet Nike yang dibuka di beberapa mall besar. Dengan begitu akan memudahkan konsumen untuk mencari toko ini dengan jumlahnya yang cukup banyak. Peminat yang banyak membuat Nike hingga saat ini dapat bersaing dengan spesialis *store* lainnya. Toko ini menjual sepatu olahraga yang disediakan bagi pria ataupun wanita. Tidak heran bahwa pria ataupun wanita dapat membelinya terutama dikalangan anak

muda sekarang ini. Walaupun Nike lebih dikenal sebagai toko yang menjual sepatu tetapi disini juga menyediakan perlengkapan lainnya seperti baju untuk berolahraga, tas, bola dan masih ada beberapa barang lainnya.

Desain toko yang menarik pasti akan membuat *atmosphere* toko menjadi menyenangkan. Dengan begitu akan menimbulkan rasa ingin membeli konsumen sehingga akan terjadi proses jual beli. Setiap toko pasti akan memiliki desain yang berbeda-beda yang membuat konsumen tertarik. Desain yang dipilih toko ini tentu berhubungan dengan olahraga karena menyesuaikan dengan produknya. Secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa perencanaan dan penciptaan suasana interior yang tepat akan mendorong lajunya tingkat penjualan (Kusumowidagdo, 2010) dalam Lydia (2012). Menurut Kotler (2000:601) dalam Lydia (2012), desain toko setiap toko ritel mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar – putar di dalamnya.

Spesialis *store* yang menyediakan barang-barang kebutuhan olahraga yang cukup lengkap membuat pertimbangan konsumen untuk datang berbelanja dan lokasinya yang mudah ditemui juga menjadi faktor bagi konsumen untuk datang berbelanja. Selain itu suasana toko yang nyaman dan menyenangkan pada saat memilih barang juga dapat menarik minat konsumen. Menurut Schloosser (1998) dalam Lydia (2012), seorang konsumen sering menilai sebuah toko pada kesan pertamanya dilihat dari *atmosphere* toko tersebut, baik itu berupa tata letak, pencahayaan, musik, warna toko, dan tata ruangnya. Hal tersebut sering menjadi alasan mengapa konsumen memiliki minat untuk berbelanja di toko tersebut.

Walaupun terkadang konsumen yang datang ketoko tidak semuanya akan membeli barang tersebut, tetapi mereka hanya ingin melihat model produk baru apa yang ditawarkan. Hanya dengan memiliki niat untuk

refreshing saja. Tidak masalah dengan hal tersebut bisa saja dengan melihat produk yang ditawarkan konsumen akan berubah pikiran dan memiliki keinginan untuk membelinya. Paling penting adalah kepuasan konsumen pada saat datang ketoko. Karena bila konsumen merasa puas maka mereka tentu tidak akan ragu untuk kembali untuk hanya melihat saja atau bahkan datang untuk membeli sebuah produk. Ketika kepuasan tercapai, loyalitas konsumen diperkuat dan dia lebih mungkin untuk kembali berlangganan (*repatronage*) di toko menurut UU *et al* (2004) : Hicks *et al*, (2005) dalam Lydia (2012).

Kedatangan pelanggan disebuah toko akan membuat sebuah pengalaman baru yang dimiliki mereka. Pengalaman yang diterima pun pasti akan berbeda-beda oleh tiap konsumen. Berdasarkan pengalaman yang mereka miliki pasti akan membentuk sebuah *image* toko, apakah ingin berbelanja lagi di toko tersebut atau tidak. Dengan begitu mereka dapat menentukan toko yang mana yang akan dikunjungi untuk berbelanja. Dengan demikian pelanggan memiliki harapan yang dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka sebelumnya. Baker *et al*. (2002) dalam Lydia (2012) menyatakan bahwa pada saat evaluasi terhadap lingkungan toko yang terdiri dari desain, sosial dan lingkungan *ambient* dilakukan oleh pelanggan, mereka yakin bahwa lingkungan ini memberikan informasi tentang atribut *product-related* seperti kualitas, harga, dan pengalaman berbelanja.

Adanya pengalaman belanja yang baik oleh konsumen, maka memunculkan adanya *store repatronage intentions*. *Store repatronage intentions* adalah keinginan konsumen untuk berlangganan dalam sebuah toko ritel. Salah satu yang mendahului terjadinya *store repatronage* adalah kepuasan. Ketika kepuasan konsumen tercapai, loyalitas konsumen akan

semakin kuat dan memungkinkan konsumen untuk kembali berlangganan di toko ritel tersebut, menurut Hicks *et al* (2005) dalam Lydia (2012).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *product-related attributes* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* di Nike Surabaya?
2. Apakah *service quality-related attributes* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* di Nike Surabaya?
3. Apakah *store-related attributes* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* di Nike Surabaya?
4. Apakah *product-related attributes* berpengaruh terhadap *repatronage intentions* melalui *customer satisfaction* di Nike Surabaya?
5. Apakah *service quality-related attributes* berpengaruh terhadap *repatronage intentions* melalui *customer satisfaction* di Nike Surabaya?
6. Apakah *store-related attributes* berpengaruh terhadap *repatronage intentions* melalui *customer satisfaction* di Nike Surabaya?
7. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *repatronage intentions* di Nike Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *product-related attributes* terhadap *customer satisfaction* di toko Nike Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality-related attributes* terhadap *customer satisfaction* di toko Nike Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh *store-related attributes* terhadap *customer satisfaction* di toko Nike Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh *product-related attributes* terhadap *repatronage intention* melalui *customer satisfaction* di Nike Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh *service quality-related attributes* terhadap *repatronage intention* melalui *customer satisfaction* di Nike Surabaya.
6. Untuk mengetahui pengaruh *store-related attributes* terhadap *repatronage intention* melalui *customer satisfaction* di Nike Surabaya.
7. Untuk mengetahui *customer satisfaction* terhadap *repatronage intention* di Nike Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Dari tujuan penelitian yang sudah diperoleh maka dapat diperoleh manfaat yaitu:

Hasil yang diperoleh saat penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memahami pengaruh *product-related attributes*, *service quality-related attributes*, *store-related attributes* berpengaruh terhadap *repatronage intention* melalui *customer satisfaction* di Nike Surabaya. Hasil penelitian juga bisa

sebagai acuan untuk pembaca dalam meneliti suatu objek yang sama.

2. ManfaatPraktis

Peneliti membuktikan bahwa pengaruh *product-related attributes*, *service quality-related attributes*, *store-related attributes* berpengaruh terhadap *repatronage intention* melalui *customer satisfaction* di Nike Surabaya.

1.5 Sistematika Skripsi

Agar pembaca dapat mengerti gambaran tentang pendahuluan, isi, serta pembahasan dalam skripsi ini maka sistematika yang digunakan dalam penyusunan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Dalam bab ini akan diuraikan penelitian terdahulu, landasan teori dan hipotesis penelitian.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang cara melakukan penelitian, antara lain desain penelitian, identifikasi variable, definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, teknik analisis data dan prosedur pengujian hipotesis.

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai pengolahan data yang diperoleh dan analisis serta pembahasan dari hasil pengolahan yang telah diperoleh.

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang simpulan yang merupakan rangkuman dari pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya dan saran yang mungkin bisa bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan.