

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini persaingan bisnis antar industri ritel sangat ketat, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Industri ritel yang ingin berkembang dan memiliki keunggulan yang kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing, layanan yang baik serta kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan barang dan jasa, usaha bisnis di bidang ritel seperti *Supermarket* harus mampu mengembangkan potensi diri dalam kondisi persaingan yang ketat, sehingga mudah dalam mengantisipasi dan menghadapi situasi secara kompetitif diantara supermarket yang ada. *Supermarket – supermarket* modern kini berupaya mencapai nilai maksimal sebagai usaha *one stop shopping* dan *self service*. Keberhasilan sebuah perusahaan tidak hanya didasarkan kepada produk – produk yang dijual, namun kualitas pelayanan yang diberikan juga sangat berperan penting dalam keberhasilan perusahaan.

Semakin berkembangnya jaman membuat industri ritel untuk mengubah toko ritel menjadi lebih modern. Format ritel masa depan berkembang seiring dengan dinamika dan dasar permintaan serta kebutuhan konsumen. Interaksi konsumen sebagai anggota masyarakat lambat laun akan mempengaruhi persaingan ritel di kemudian hari. Banyak ritel modern yang sudah berkembang dengan pesat di kota-kota besar yaitu *Minimarket*, *Supermarket*, *Hypermarket*. Konsep ritel sekarang terfokus pada gerai area penjualan yang besar dan luas serta berbagai fasilitas kemudahan dan kenyamanan sehingga membuat pengunjung merasa betah berlama-lama di dalam toko. Untuk sebuah ritel modern biasanya memiliki beberapa kasir

dan menjual berbagai macam item barang. Format bisnis ritel rata - rata memiliki luas gerai bervariasi, mulai dari 600 m<sup>2</sup> hingga 40.000 m<sup>2</sup> dengan berbagai kelengkapan penunjang seperti Ruangan ber AC, *Trolley*, Keranjang, *Trolley* anak – anak, dan berbagai macam kelengkapan lainnya (Warta Ekonomi.Com 2005). Di satu sisi keadaan ini tentunya akan memberikan keuntungan bagi pihak konsumen, karena banyaknya pilihan yang ditawarkan sehingga memungkinkan konsumen untuk memilih toko yang benar – benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Agar peusahaan dapat unggul atau bahkan tetap bertahan dan terus berlangsung. Untuk itu perusahaan dituntut untuk bersikap berorientasi pada konsumen dan aktif dalam menjalankan usaha, sehingga dalam jangka panjang mereka dapat menjamin kelangsungan hidup usahanya.

Kualitas layanan sebagai penyampaian layanan yang relatif istimewa atau superior terhadap harapan pelanggan. Suasana toko sebagai salah satu sarana komunikasi dapat berakibat positif dan menguntungkan sehingga dibuat menarik untuk konsumen. Suatu proses pemasaran yang dilakukan ritel adalah ingin membuat konsumen merasa nyaman berbelanja, jika suasana tampilan toko mendukung. Minimal konsumen merasa betah berlama – lama berbelanja di dalam toko dan semakin memperbesar peluang konsumen untuk melakukan pembelian. Minat beli konsumen yang dapat membangkitkan semangat pembelian konsumen dengan adanya aspek kelengkapan barang yang meliputi aneka macam jenis dan merek produk, aspek harga yaitu nilai yang diberikan oleh seorang pembeli terhadap suatu produk, aspek lokasi toko yaitu tempat yang strategis dimana lokasi toko yang mudah dijangkau oleh orang dan lingkungan keamanan toko yang memadai bagi para pengunjung mampu mempengaruhi minat beli

konsumen. Dimana hubungan kualitas layanan yang baik akan mendorong minat beli konsumen, hubungan kualitas layanan akan menaikkan minat berperilaku yang positif, hubungan suasana toko yang menyenangkan, menarik, nyaman, dan mampu menciptakan satu *atmosphere* yang positif dapat mempengaruhi perilaku konsumen sehingga menimbulkan minat beli konsumen, dan hubungan minat beli konsumen yang tinggi akan mendorong konsumen membeli suatu produk dan sebaliknya, jika minat beli konsumen yang rendah akan mencegah konsumen untuk membeli produk.

Salah satu *supermarket* di Surabaya yang memberikan layanan dan suasana toko yang baik adalah HERO di Surabaya. HERO adalah salah satu *Supermarket* yang banyak dikunjungi oleh konsumen. HERO menawarkan berbagai macam produk makanan, minuman, buah - buahan, sayur – sayuran dan berbagi macam produk lainnya. Selain itu, HERO memiliki tempat yang luas, bersih, nyaman, cahaya penerangan yang baik, ramah dan memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk berbelanja. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Suasana Toko terhadap Minat Beli Konsumen dan Keputusan Pembelian Konsumen pada HERO di Surabaya.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diajukan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen HERO di Surabaya?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen HERO di Surabaya?

3. Apakah Suasana Toko berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen HERO di Surabaya?
4. Apakah Minat Beli Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen HERO di Surabaya?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang diajukan tersebut, maka tujuan dari pembahasan ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Konsumen HERO di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen HERO di Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Suasana Toko terhadap Minat Beli Konsumen HERO di Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara Minat Beli Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen HERO di Surabaya.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat dikelompokkan sebagai berikut :

#### **1.4.1. Manfaat Akademik**

Hasil penelitian ini untuk menambah referensi bagi yang ingin melakukan penelitian sejenis atau melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh Kualitas Layanan dan Suasana Toko terhadap Minat Beli Konsumen dan Keputusan Pembelian Konsumen pada HERO di Surabaya.

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan informasi dalam pengambilan keputusan bagi manajemen HERO di Surabaya terutama mengenai kebijakan – kebijakan dalam memberikan layanan yang terbaik bagi konsumen serta pemberian suasana toko yang menarik.

### **1.5. Sistematika Skripsi**

Penyusunan hasil penelitian ini untuk memberikan gambaran tentang isi skripsi yang saling berkaitan yaitu :

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bagian ini memberikan penjelasan umum tentang latar belakang permasalahan yang berisi gagasan yang mendasari penulisan secara keseluruhan, perumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi yang berisi penjelasan singkat mengenai bab - bab skripsi yang ditulis.

#### **BAB 2 :TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

Bagian ini berisi antara lain penelitan terdahulu, landasan teori mengenai deskripsi ritel, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB 3: METODE PENELITIAN**

Bagian ini terdiri dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, teknik pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik analisis data, dan prosedur pengujian hipotesis.

**BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini terdiri dari deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

**BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN**

Bagian ini merupakan penutup dari skripsi yang berisi simpulan dan saran sebagai masukan objek yang diteliti.