

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini membawa dampak yang cukup besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar terbuka luas, peluang menjadi semakin lebar, berbagai macam alternatif pilihan produk yang diberikan Pelanggan pun semakin banyak dan membuat semakin berkembangnya ekspektasi Pelanggan untuk memenuhi sesuatu yang diinginkannya. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk bisa memberikan kepuasan pada Pelanggannya, hal ini agar pelaku bisnis dapat mempertahankan bisnisnya secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan kepuasan dari Pelanggannya harus dapat memberikan nilai yang lebih terhadap berbagai kualitas yang diberikannya kepada Pelanggan. Karena dengan terciptanya kepuasan Pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan Pelanggannya menjadi harmonis, serta memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Dampak dari globalisasi pada dunia bisnis membuat para pelaku bisnis menjadi lebih kreatif dalam memberikan pelayanannya terhadap Pelanggan, bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap Pelanggan dan dapat memiliki daya saing yang kuat di pasar. Menurut **Lupiyoadi (Rofa, 2015)**, menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat 5 faktor utama yang penting

dan harus diperhatikan oleh perusahaan, diantaranya adalah Kualitas layanan, kualitas produk, perasaan emosional, harga dan biaya. Kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan menciptakan loyalitas pelanggan merupakan 3 elemen kunci yang menentukan kesuksesan implementasi konsep pemasaran, baik organisasi laba maupun nirlaba menurut **Tjiptono (Rofa, 2015)**. Disini kualitas layanan menjadi hal yang penting untuk di berikan pada Pelanggan, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas seorang Pelanggan.

Dalam perdagangan hal ini sangatlah di butuhkan karena Pelanggan dan penjualan adalah sebah tujuan utama. Objek penelitian dalam skripsi ini Queensland Store padang yang mana toko ini berfokus menjual pakaian wanita , accesories , hijab, tas, dan queensland sudah tersebar di seluruh indonesia seperti pekalongan dan tasikmalaya dengan memakai bahan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Dan sejak membuka cabang pada tahun 2018 grafik penjualan toko ini cukup stabil yakni berkisar di antara 10 juta sampai dengan 15 juta sebulan. Berikut ini tabel kisaran pendapatan toko dari tahu 2018 - 2020 :

**Tabel 1.1**

**Kisaran Pendapatan Toko/ Butik Queensland**

Tahun	Kisaran Pendapatan	Persentase Keuntungan Bersih
2018	Rp. 235.577.000	25%
2019	Rp. 233.890.000	30%
2020	26.897.000 (dalam 4 Bulan)	5% (Masih Bisa Berubah)

*Sumber : Data Dari Toko/ Buti Queensland*

Hal ini sangat menarik peneliti untuk melakukan penelitian mengenai store atmosphere kualitas produk, pelayanan dan pemasaran relasionalnya terhadap kepuasa Pelanggan sehingga loyalitas Pelanggan menjadi pertimbangan penting dalam transaksi jual beli.

Kualitas produk, menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan Pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks dalam **Hidayat (Deni et.al, 2013)**. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan Pelanggan terhadap suatu produk akan terpenuhi. Jika mutu produk yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan akan memuaskan.

Menurut **Umar (Deni et.al, 2013)**, kepuasan adalah respon pemenuhan dari pelanggan. Kepuasan adalah hasil penilaian dari pelanggan bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Tjiptono, 2008). Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan oleh karena itu, baik pelanggan maupun peritel, akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Tidak hanya itu Menurut **Kotler (David et.al, 2013)**, atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik Pelanggan untuk

membeli. Atmosfer dalam sebuah café dapat mempengaruhi emosi atau perasaan Pelanggan sehingga dapat menyebabkan terjadinya proses pembelian.

Menurut penelitian yang di lakukan (**Fitriana et.al, 2017**) dengan judul pengaruh pemasaran relasional dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel moderasi mendapatkan Pemasaran relasional berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Pecel Solo. Nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Pecel Solo. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Pecel Solo. Kepuasan tidak memoderasi pengaruh pemasaran relasional terhadap loyalitas pelanggan Warung Pecel Solo dan kepuasan tidak memoderasi pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Warung Pecel Solo.

Sedangkan penelitian yang dilakukan (**Waseso,2011**) dengan judul Pengaruh

Persepsi Kualitas Pelayanan, Faktor Penambat Dan Kualitas Hubungan Relasional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Suatu Penelitian Pada Penyedia Jasa Telepon Selular Di Jawa Barat menyatakan Berdasarkan data yang dikumpulkan pada delapan Perguruan Tinggi di Bandung, penulis mengidentifikasi bahwa faktor penyebab kepuasan dan loyalitas pelanggan yang utama adalah persepsi kualitas pelayanan sedangkan faktor penambat tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan

pelanggan, namun hanya sebagai variabel moderator saja terhadap hubungan antara persepsi kualitas pelayanan dan kualitas hubungan relasional dengan kepuasan pelanggan. Kualitas hubungan relasional juga tidak secara langsung

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi kualitas pelayanan dan kualitas hubungan relasional berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. (Nur Aisyah *et.al*, 2016) analisis pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada warung Misbar Bandung Tahun 2016 menyatakan hasil penelitian, disarankan sebaiknya Warung Misbar mempertahankan maupun meningkatkan loyalitas pelanggan melalui penjagaan, perbaikan, dan perbaharuan elemen-elemen *store atmosphere* seperti *exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior (point of purchase) display* yang diterapkan oleh restoran tersebut agar mendapatkan pelanggan baru terutama mempertahankan pelanggan yang sudah loyal.

Sedangkan pada penelitian internasional yang dilakukan (Riaz Hussain *et.al*, 2015) *Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. This research was causal in nature. A sample of 300 consumers was taken who usually visited these outlets. Data was collected through a well-structured questionnaire and analyzed through regression analysis. Research findings indicate that atmospheric variables such as cleanliness, scent, lighting, and display/layout have a positive influence on consumers' purchase intention; whereas music and color have insignificant impact on consumers' purchase intention. The temperature has almost no impact on the purchase intention of the consumers. This study has important implication for Practitioners and Academicians.*

Berdasarkan latar belakang diatas dan juga penelitian terdahulu , maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere*, Pemasaran Relasional dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

**Dengan Loyalitas Sebagai Variabel Intervening(Studi Kasus Pada Toko Queensland Kota Padang)”.**

**1.2 Identifikasi masalah**

Dalam kajian-kajian Pemasaran banyak factor yang mempengaruhi maka di identifikasi masalah tersebut :

1. Kualitas pelayanan yang di berikan masih belum prima
2. Produk yang di tawarkan belum sesuai dengan harga
3. Lingkungan toko yang kurang nyaman
4. Pencahayaan yang kurang bagus
5. Pramuniaga yang kurang ramah
6. Komunikasi yang kurang terjaga
7. Pelanggan kurang merasa di perhatikan dan dilayani kurang baik
8. Segmentasi pasar yang kurang tepat
9. Tata letak produk yang kurang rapi dan tidak menarik pembeli
10. Keadaan toko yang panas dan sirkulasi udara yang kurang baik.
11. Penerangan atau pencahayaan di bagian produk kurang memadai
12. Kamar yang di sediakan kurang luas dan sangat minim.
13. Pintu masuk toko kurang menarik perhatian
14. Pendingin udara yang ada di toko kurang beroperasi dengan baik.
15. Pelayanan primer yang di harapkan oleh pimpinan lurang di terapkan di toko.

### 1.3 Batasan masalah

Dari uraian identifikasi masalah diatas, penulis membatasi pembahasannya tentang *Store atmosphere*, pemasaran relasional dan kualitas produk sebagai variabel dependen, loyalitas pelanggan sebagai variabel Intervening dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel dependen di toko *Queensland Padang*

### 1.4 Rumusan masalah

Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Store atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan toko *Queensland Padang* ?
2. Bagaimana Pengaruh Pemasaran relasional terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan toko *Queensland Padang* ?
3. Bagaimana Pengaruh kualitas produk terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan toko *Queensland Padang* ?
4. Bagaimana Pengaruh Store Atmosphere terhadap kepuasan Pelanggan toko *Queensland Padang* ?
5. Bagaimana Pengaruh Pemasaran relasional terhadap kepuasan Pelanggan toko *Queensland Padang* ?
6. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan Pelanggan toko *Queensland Padang* ?

7. Bagaimana Pengaruh Store atmosphere terhadap kepuasan Pelanggan melalui Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada toko *Queensland* Padang ?
8. Bagaimana Pengaruh Pemasaran Relasional terhadap kepuasan Pelanggan melalui Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada toko *Queensland* Padang ?
9. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelanggan terhadap kepuasan Pelanggan melalui Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada toko *Queensland* Padang ?
10. Bagaimana Pengaruh Store atmosphere, Pemasaran Relasional dan Kualitas Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada toko *Queensland* Padang ?

## **1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan**

1. Untuk Melihat Pengaruh Store atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan toko *Queensland* Padang
2. Untuk Melihat Pengaruh Pemasaran relasional terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan toko *Queensland* Padang
3. Untuk Melihat Pengaruh kualitas produk terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan toko *Queensland* Padang
4. Untuk Melihat Pengaruh Store Atmosphere terhadap kepuasan Pelanggan toko *Queensland* Padang.



5. Untuk Melihat Pengaruh Pemasaran relasional terhadap kepuasan Pelanggan toko *Queensland* Padang.
6. Untuk Melihat Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan Pelanggan toko *Queensland* Padang
7. Untuk Melihat Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap kepuasan Pelanggan toko *Queensland* Padang
8. Untuk Melihat Pengaruh Store Atmosphere, pemasaran relasional dan kualitas produk dengan di intervening oleh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan Pelanggan toko *Queensland* Padang

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi peneliti**

Peneliti ini dapat digunakan sebagai bahan untuk memperdalam wawasan serta ilmu pengetahuan khususnya tentang pengaruh Store Atmosphere, pemasaran relasional dan kualitas produk dengan di intervening oleh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan Pelanggan

#### **2. Bagi Objek penelitian**

Dapat digunakan sebagai bahan penambah referensi, informasi serta dapat dijadikan bahan perbandingan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian dengan objek penelitian yang sama dimasa akan datang

#### **3. Bagi lingkungan akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu tambahan wawasan serta bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut.

#### **4. Bagi penelitian selanjutnya**

Sebagai sumber referensi untuk peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan secara lebih luas dan terperinci dalam penyusunan skripsi.