

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis ritel telah banyak bermunculan di beberapa wilayah di Indonesia, tidak hanya di kota besar saja namun sudah merambat ke kota-kota kecil. Usaha ini menjadi sangat menjanjikan di karenakan tidak sedikit dari masyarakat Indonesia yang biasanya berbelanja di pasar tradisional kini memutuskan berpindah ke pasar swalayan, hal ini membuktikan bahwa konsumen mulai tertarik untuk berbelanja di tempat yang nyaman, bersih dan memiliki fasilitas seperti AC, desain interior yang menarik, tata letak yang rapi, dibandingkan dengan pasar tradisional yang cenderung kumuh, hal ini lah yang mempengaruhi asumsi konsumen bahwa kualitas barang dan harga di swalayan dapat di jamin.

Swalayan juga menyediakan produk kebutuhan sehari-hari yang biasanya dibeli di warung kelontong terdekat, yang mana harganya relatif lebih murah dan memiliki pilihan lebih lengkap dibandingkan dengan warung-warung kelontong, jadi kecil kemungkinan produk kebutuhan sehari-hari yang di cari konsumen tidak tersedia di swalayan dan konsumen tidak perlu bersusah payah mencari ke tempat lain yang tentu memerlukan biaya dan usaha yang lebih. Produk yang di maksud seperti produk kebutuhan rumah tangga yaitu sabun mandi, sabun cuci, shampo sampai berbagai makanan cemilan dan minuman.

Meskipun usaha dibidang ritel ini sangat menjanjikan, persaingan antar pelaku bisnis juga patut di khawatirkan, dikarnakan banyak juga pebisnis mulai

merintis usaha dibidang ritel ini yang mana tentu akan meningkatkan tensi persaingan,apa lagi tak jarang lokasi antar swalayan saling berdekatan, yang membuat persaingan kuragn sehat. Oleh karena itu pelaku bisnis dituntut untuk memperhatikan segala aspek yang mungkin bisa dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan seperti keragaman produk, *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen yang dapat memudahkan konsumen untuk menentukan keputusan pembelian.

Pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang perlu di perhatikan, pihak swalayan harus mencari tahu apakah yang konsumen inginkan dan mengimplikasinya baik itu ke dalam produk-produk yang di jual maupun pelayanan yang di berikan oleh swalayan. Keputusan pembelian konsumen dapat di pengaruhi oleh informasi yang di dapat oleh konsumen dan beberapa faktor pengetahuan konsumen tentang produk yang akan di belinya.

Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen mengidentifikasi beberapa pilihan yang ada dan membanding-bandingkannya secara sistematis dan obyektif untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Menurut (Kotler dan Amstrong,2012) yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, pelayanan kepada konsumen, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menentukan keputusan pembelian tersebut, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, antara lain: faktor budaya (budaya, sub kebudayaan, kelas sosial); faktor sosial (kelompok, keluarga, peran dan status); faktor personal (usia , pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup,

kepribadian dan konsep diri) dan faktor faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran).

Kepuasan pelanggan juga menjadi kunci utama bagi sebuah perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Fasilitas dan pelayanan yang di berikan swalayan diharapkan dapat membuat pelanggan merasa puas sehingga akhirnya pelanggan akan melakukan pembelian ulang. Menurut (Tjiptono,2014) kepuasan pelanggan merupakan suatu respon emosional terhadap pengalaman pengalamannya yang berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan.

Berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan merupakan potensi yang harus selalu diperhatikan dan dioptimalkan dalam menyusun strategi yang baik guna menjaring konsumen. beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian pada suatu pasar swalayan dianalisis melalui lokasi, pelayanan, harga, fasilitas, store atmosphere dan keragaman barang. Dalam penelitian ini mengambil dua variabel yaitu keragaman produk dan store atmosphere.

Keragaman produk yang di miliki suatu swalayan adalah salah satu atribut yang dapat di gunakan untuk membantu konsumen menentukan keputusan pembelian nya dan memenangkan persaingan antar pelaku bisnis dengan jenis yang sama, jika konsumen menyadari bahwa kelengkapan produk di swalayan kita lebih lengkap di bandingkan swalayan lain tak tertutup kemungkinan mereka akan

memilih swalayan kita walaupun jarak nya sedikit jauh di bandingkan dengan swalayan lain.

Menurut (Kotler dan Keller,2015) sistem produk yaitu kelompok barang yang berbeda tetapi berhubungan dan berfungsi dengan cara yang komplektibel. Bauran produk disebut (product mix) disebut jugapilihan produk (produk assortment) yaitu kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Menurut (Kotler dan Keller,2015) indikator keragaman produk yaitu lebar bauran produk, panjang bauran produk, kedalaman bauran produk, dan konsistensi dari bauran produk. Dengan adanya keragaman barang pada sebuah Swalayan, konsumen diharapkan dapat memilih sendiri dan menentukan kebutuhan apa saja yang yang muncul pada saat akan berbelanja, karena semua barang sudah disediakan.

Selain keberagaman produk yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *store atmosphere*. *Store atmosphere* atau suasana toko merupakan sektor yang perlu di perhatikan juga oleh pihak swalayan karena jika suasana toko dapat membuat nyaman konsumen, tentu mereka akan merasa dimanjakan dan betah berlama-lama berada di swalayan itu juga meningkatkan kemungkinan konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

(Utami,2010) atmosfer toko juga dapat diartikan sebagai suasana toko (*Store Atmosphere*) yang merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, aroma secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam bentuk konsumen. Berdasarkan pengertian atmosfer toko diatas dapat disimpulkan bahwa atmosfer toko dapat di

pengaruhi oleh keadaan interior dan eksterior swalayan secara keseluruhan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk datang dan berbelanja swalayan.

Berikut daftar swalayan yang ada di kawasan kota Solok berdasarkan hasil observasi.

Tabel 1.2
Daftar Swalayan Menurut Hasil Observasi di Kota Solok

Daftar swalayan di kawasan kota Solok	
Kec.Lubuk sikarah	Kec.Tanjung harapan
Haikal mart	Baru swalayan
Citra swalayan	Cindo mart
Tiga Putra	Nova mart
V mart	Qina mart
Orchard mini market	Mini market mata air
Toko ken	Jn.mart collection
Toko farhan	Swalayan Orchard
Gubalo Mini market	

Dari tabel 1.2 di atas terlihat jumlah swalayan di kota solok sebanyak 15 swalayan, terdapat 8 swalayan di kecamatan lubuk sikarah dan 7 swalayan di kecamatan tanjung harapan. Peneliti mengambil sampel masing-masing tiga dari tiap kecamatan di kota solok.

Table 1.3
Jumlah Pendapatan Bersih Swalayan dari tahun 2014-2018

Nama Swalayan	Jumlah Pendapatan (Rp)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Baru Swalayan	200.950.800	230.425.600	210.350.500	185.825.200	190.140.500
V Mart	185.350.500	208.825.250	190.940.625	191.550.250	191.450.525
Haikal Mart	196.650.225	210.550.300	195.350.500	185.450.525	195.660.250
Cindo Mart	185.565.300	200.755.260	184.650.550	188.555.250	185.450.300
Toko Ken	186.550.250	195.725.500	201.350.000	190.625.300	191.240.600
Mata air	210.650.690	220.550.300	198.930.200	195.450.330	205.325.550
Total	1.165.717.765	1.266.832.210	1.181.572.375	1.137.456.885	1.159.267.725

Sumber : Swalayan di kota solok

Menurut tabel 1.3 di atas tergambar bahwa terjadi fluktuasi pada jumlah pendapatan bersih beberapa swalayan di kota solok yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dari tahun 2014-2018. Terlihat pada tahun 2014 total pendapatan sebesar Rp. 1.165.717.765, pada tahun 2015 sebesar, 1.266.832.210 pada tahun 2016 sebesar Rp. 1.181.572.375, kemudian pada tahun 2017 sebesar Rp. 1.137.456.885 dan pada tahun 2018 sebesar 1.159.267.725. Hal ini disinyalir disebabkan oleh keragaman produk dan store atmosphere, oleh karena itu yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah mengetahui sejauh mana faktor keragaman produk dan store atmosphere dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi swalayan di kota solok.

Penelitian yang dilakukan oleh (Utama dan Ngatno 2015) menemukan hasil bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian (Yuwono dan Yuwana 2017) menunjukkan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh (Saftari dan Joko Samboro 2018) menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Masrul, dkk 2017), menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari penelitian terdahulu terlihat bahwa keragaman produk dan *store atmosphere* sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian, oleh karena itu swalayan di kota solok harus memperhatikan dua aspek tersebut, untuk meningkatkan penjualan dan memenangkan persaingan.

Dari latar belakang yang dikemukakan diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”** (*Studi Kasus Swalayan di Kota Solok*).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Keanekaragaman produk yang sedikit.
2. Lokasi Swalayan yang tidak strategis.
3. Persaingan bisnis eceran atau retail semakin ketat di wilayah Kota Solok.
4. Harga yang terbilang mahal.
5. Retailer belum mampu menyesuaikan keinginan konsumen yang beralih dari pasar tradisional ke pasar modern.
6. Suasana toko yang kurang nyaman untuk berbelanja.
7. Kualitas pelayanan yang kurang baik.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada, maka perlu pembatasan permasalahan yaitu pembahasan tentang Pengaruh keragaman produk dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus pada Swalayan di Kota Solok).

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan di Kota Solok ?
2. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan di Kota Solok ?
3. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Swalayan di Kota Solok ?
4. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Swalayan di Kota Solok ?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Swalayan di Kota Solok ?
6. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada Swalayan di Kota Solok ?
7. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada Swalayan di Kota Solok ?

1.5. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada swalayan di kota solok.

2. Untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada swalayan di sota solok.
3. Untuk menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan Pembelian pada swalayan di sota solok.
4. Untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada swalayan di sota solok.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Swalayan di sota solok.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, antara lain adalah:

1. Bagi Perusahaan
 - a) Dapat memberikan masukan atau saran bagi perusahaan terutama di sektor keragaman produk dan *store atmosphere* dalam meningkatkan kesejahteraan perusahaan.
 - b) Dapat menjadi pedoman untuk menyesuaikan diri terhadap manuver yang mungkin saja terjadi di dalam dunia bisnis.
2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori yang berkaitan dengan manajemen, khususnya manajemen pemasaran sehingga dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.
3. Bagi Peneliti

Dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh keragaman produk dan *store atmosphere* dan kepuasan konsumen diharapkan akan

berujung pada keputusan pembelian konsumen. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini bisa menjadi modal dan dapat diaplikasikan dalam menghadapi dunia kerja nanti.