

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era modern seperti saat ini banyak perusahaan yang berlomba-lomba mengembangkan perusahaannya. Salah satunya pada perusahaan yang bergerak di bidang ritel. Bisnis ritel tidak lagi berjalan dengan cara tradisional, melainkan dengan cara modern. Persaingan yang ketat dalam bisnis ritel tidak terlepas dari menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan baik lokal, nasional maupun internasional dengan faktor yang berbeda-beda. Persaingan ini mendorong ritel untuk selalu menjadi konsumen pertama dan mempertahankan pelanggannya. Perusahaan harus menyusun strategi bersaing yang baik dan terpadu, karena persaingan merupakan kunci sukses tidaknya perusahaan. Persaingan yang semakin ketat antar pesaing menuntut perusahaan untuk mengingat kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan menawarkan pelayanan yang lebih memuaskan dibandingkan pesaing.

Peningkatan tempat pembelian akan memberikan banyak alternatif kepada masyarakat sebagai pelanggan untuk memilih tempat pembelian yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan financial pelanggan. Hal ini harus diimbangi oleh pedagang untuk berusaha menarik pelanggan agar mau membeli barang ditempat dimana dia membuka dagangannya. Pedagang harus cepat tanggap dan segera menyesuaikan akan perubahan selera dan kemampuan pelanggan, dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik

kepada pelanggan sehingga nantinya kepuasan pelanggan akan dapat tetap terjaga.

Salah satu pusat pembelanjaan yang lagi menjamur adalah Alfamart, yang merupakan bisnis waralaba di bidang ritel yang berbentuk minimarket. Sebagaimana minimarket yang lain, alfamart selalu berusaha agar tetap memenuhi kebutuhan konsumennya untuk memberikan daya tarik konsumen, seperti banyaknya variasi produk mulai dari makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga, kosmetik dan lain sebagainya, rak-rak yang tersusun rapi, pembayaran yang praktis dengan sistem kasir, ruang ber-AC, bisa melakukan pembayaran e-payment, dan diskon yang sama dengan minimarket lainnya.

Salah satu fenomena alfamart dari 2017 sampai 2022 dari banyaknya yang di kunjungi oleh konsumen dengan bertambahnya gerai dari pertahun. Hal ini di buktikan dalam data berikut ini :

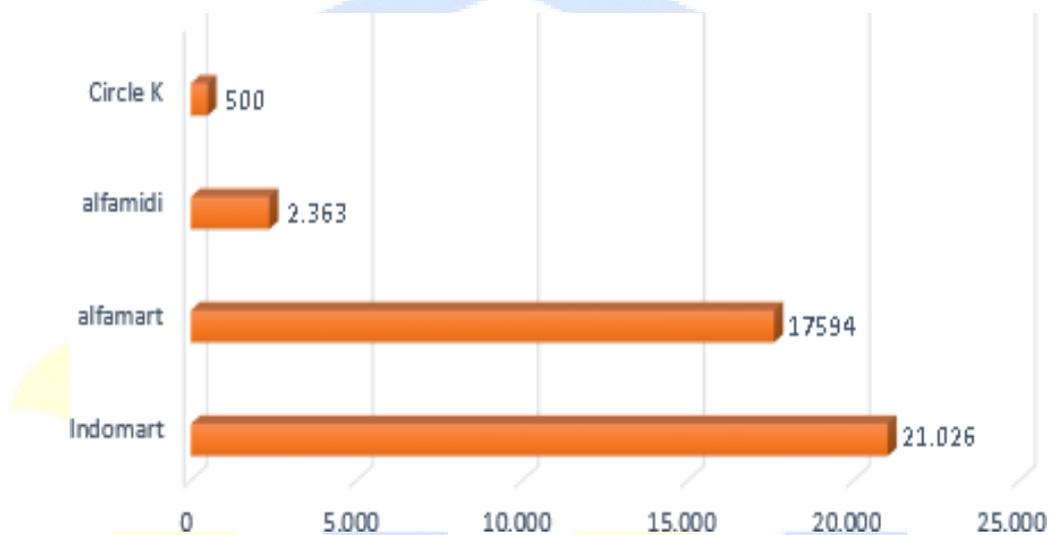


Sumber : databoks tahun 2017 sampai 2022

**Gambar 1.1**  
**Gerai Alfamart (Dari Kuartal 1 2017 – KuartalX 2022)**

Gambar 1.1 jumlah gerai alfamart sudah mencapai 17.394 gerai di seluruh Indonesia. alfamart mencatatkan peningkatan jumlah gerai sebesar 67,5% dalam 6 tahun terakhir. Pada 2022, alfamart mencatatkan pendapatan

sebesar Rp 96,93 triliun. Laba bersih pun tercatat sebesar Rp 2,855 triliun. Penjualan total minimarket tercatat sebesar Rp2,62 triliun pada 2022. Nilai penjualan ini melebihi nilai penjualan supermarket dan hypermarket yang digabung. Tahun 2022 alfamart mengalami penurunan pada gerai. Hal tersebut karena adanya persaingan yaitu Indomaret yang membuat gerai lebih banyak sebesar 19.133. Hal ini di buktikan pada gambar berikut ini:



Sumber : databoks tahun 2022

**Gambar 1.2**  
**Jumlah Gerai Indomaret Dan Alfamart Per Tahun (Kuartal 2017-Kuartal 2021)**

Gambar 1.2 tahun 2022 di Indonesia terdapat 41.483 gerai minimarket atau *convenience store*. Angka itu bertambah cukup banyak dibanding tahun 2021 yang jumlahnya masih 38.323 gerai. Pada 2022 Indomaret menjadi perusahaan dengan gerai ritel minimarket terbanyak, yakni 21.026 gerai. Lalu alfamart memiliki 17.594 gerai dan masih unggul dibandingkan toko ritel lainnya seperti alfamidi memiliki 2.363 gerai, sedangkan Circle K hanya memiliki 500 gerai. Tingginya penjualan minimarket

kemudian mendorong sejumlah perusahaan supermarket dan hypermarket membuat gerai dengan ukuran lebih kecil.

Alfamart adalah salah satu bisnis ritel yang berada di daerah Dersalam Kudus berbasis minimarket yang menyediakan berbagai kebutuhan rumah tangga dalam berbagai macam produk. Alfamart Kudus sendiri berlokasi di pinggir jalan raya, strategis dan banyak kos sehingga banyak mahasiswa yang berbelanja. Lokasi Alfamart Dersalam berada di jalan kampus UMK, RT03/RW04, Dersalam Krajan, Dersalam, Kudus. Alfamart Dersalam juga memiliki karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan kepada konsumendan menciptakan rasa aman bagi konsumennya. Karyawannya juga dapat bersikap sopan dan ramah terhadap konsumen serta menguasai pengetahuan guna menangani setiap pertanyaan konsumen. Alfamart Dersalam sendiri menghadirkan suatu yang menarik dengan berbagai kelengkapan seperti kursi meja di depan toko, Ruangan ber AC, toilet untuk konsumen, dan berbagai macam fasilitas Iainnya.

Era modern seperti saat ini, semakin ketatnya persaingan bisnis ritel yang menyebabkan perlunya peningkatan kekuatan dalam perusahaan agar mampu menarik kesetian pelanggan yang dapat dilakukan dengan cara menciptakan keunikan atau suatu ciri khas tersendiri dari sebuah toko atau perusahaan yang membedakan dengan para pesaingnya. Loyalitas pelanggan adalah prasetiapelanggan terhadap suatu merek, serta pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif pada pembelian jangka panjang (Farisi dan Siregar, 2020).Hal ini menjadi faktor yang di lakukan oleh pelanggan alfamart karena

banyaknya keragaman produk dan lengkapnya kebutuhan konsumen yang sangatdi butuhkan masyarakat.

Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dapat di lihat dari pengaruh keragaman produk hal ini yang dapat memberikan daya tarik konsumen. Keragaman produk adalah mengacu pada variasi semua produk yang ditawarkan, serta ketersediaan dan kelengkapannya pada satu waktu di toko, termasuk merek, ukuran, kualitas, dan karakteristik lainnya (Rodli et al., 2022). Dapat dikatakan bahwa keberagaman produk yang tinggi berarti ketersediaan produk yang beragam sehingga dapat menimbulkan banyak pilihan dalam proses pembelian konsumen. Dari segi keberagaman produk di Alfamart Dersalam Bae Kudus jumlah produk yang tersedia sangat beragam dan pilihannya banyak, namun pada keberagaman produk di Alfamart terdapat beberapa produk yang diinginkan konsumen ada yang tidak tersedia atau *out of stock*. Hal ini menyebabkan konsumen beralih ke Alfamart lain. Keberagaman produk memberikan banyak pilihan yang sangat menunjang keberhasilan perusahaan. Jika kebutuhan yang diinginkan konsumen tidak tersedia, kemungkinan besar akan berdampak langsung pada bisnis dan tujuan awal yang ingin dicapai oleh bisnis.

Diskon adalah salah satu strategi penjualan yang bisa menarik minat beli konsumen sehingga pastikan memberikan diskon kepada konsumen agar mereka semakin tertarik dengan produk yang dijual ( Susilawat et al, 2022). Selain itu menciptakan diskon di Alfamrt Dersalam Bae Kudus membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli barang di dalam toko tersebut.

Namun di alfamart tersebut terdapat barang yang tertulis diskon tidak sesuai dengan diskon yang di berikan di kasir. Diskon sangat mendukung keberhasilan perusahaan jika terjadi kesalahan akan menurunkan penjualan. Selainitu juga menciptakan susana toko membuat konsumen merasa nyaman selamproses berbelanja sehingga mereka akan menghabiskan waktu lebih banyak didalam toko yang berujung pada pembelian implusif ini tentu saja meningkatkan penjualan. Jika manajemen memiliki tujuan memberitahu, menarik, memikat atau mendorong konsumen untuk datang ke toko dan untuk membeli barang. maka suasana atau atmosfer dalam toko berperan penting dalam memikat pembeli.

*Store atmosphere* adalah salah satu unsur dari retailing mix yang juga harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel yang meliputi tata letak dan suasana. Dengan adanya store atmosphere yang baik, perusahaan dapat menarik Konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian ( Rahman dan Wardhana, 2021). *Store atmosphere* dapat dilihat dilingkungan toko Alfamart yang dirancang sedemikian rupa guna bertujuan untuk mempengaruhi kesetian pelanggan. Terdapat Alfamart tersebut kurang menarik karena tata letak barang yang kurang rapi dan suasana toko yang panas sehingga dapat menimbulkan perasaan yang tidak nyaman pada pelanggan ketika hendak membeli di Alfamart tersebut

Citra toko adalah pandangan yang dapat menunjukkan bagaimana pengalaman konsumen ketika melakukan pembelian produk pada toko tersebut (Nuryani1 dan Handayani2, 2022). Jadi dapat dikatakan jika seorang

konsumen dapat melihat dan merasakan bahwa citra toko tersebut positif maka akan memberikan arti yang baik terhadap produk toko tersebut dan seterusnya akan dapat meningkatkan jumlah penjualan. Dari faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dapat terjadi karena adanya dorongan dari diri sendiri yang ingin berbelanja. Pelayanan Alfamart yang diberikan oleh toko seharusnya keramahan, mengucapkan salam ketika konsumen datang, dan pelayanan terhadap kebutuhan konsumen sehingga akan menjadi penilaian tersendiri bagi konsumen dalam menentukan citra suatu toko pada Alfamart tersebut. Konsumen datang ke suatu toko berharap memperoleh barang yang dibutuhkan dan juga pelayanan yang baik. Apabila toko dapat memberikan pelayanan yang baik, maka tujuan pemasaran untuk kesetiaan pelanggan dapat terwujud.

Penelitian sebelumnya telah menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan (Rohmawati 2018) mengenai kualitas, harga dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan, menunjukkan bahwa keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut juga berbeda dengan penelitian (Lindawati, Sume, and Muniroh 2020) meneliti tentang pengaruh keragaman produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen yang menyatakan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian yang dilakukan (Susilawati, Prastiwi, and Kartika 2022) tentang Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Customer Experience Terhadap

Loyalitas Pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian juga di lakukan (Khairawati 2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang di lakukan (Gunawan and Syahputra 2020) tentang pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain juga di lakukan (Megayani, Sanosra, and Reskiputri 2021) mengenai citra merek, suasana toko, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen yang menyatakan bahwa suasana toko secara signifikan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian yang di lakukan (Anindito 2019) mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa citra toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, menurut (L.T. and Wijaya 2019) tentang Pengaruh Citra toko terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan hasilnya menunjukkan bahwa citra toko tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah di jelaskan dan adanya beberapa penelitian terdahulu yang dapat di jadikan sebagai dasar penelitian tentang pengaruh loyalitas pelanggan yang terjadi pada Alfamart Dersalam Kudus. Demikian berdasarkan latar belakang dan penelitian sebelumnya, maka perlu di lakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor

yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Keragaman Produk, Diskon, *Store Atmosphere* Dan Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan(Studi Pada Pelanggan Alfamart Dersalam Kudus)”**.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Objek penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Alfamrt Dersalam Bae Kudus. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu: Keragaman Produk, Diskon, *Store Atmosphere* dan Citra Toko. Variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan. Waktu penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah selama 1 bulan.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka terdapat masalah, yaitu terdapat produk yang di inginkna oleh konsumen tidak tersedia atau kehabisan persediaan. Hal ini dapat menyebabkan konsumen beralih ke alfamart yang lain. Oleh karena itu, pihak alfamart dersalam perlu memprediksi produk yang diminati dan sering dicari oleh konsumen saat ini maupun pada periode yang akan datang. Alfamart Dersalam juga mempunyai permasalahan dalam diskon *Store atmosphere* dan citra toko. Adanya konsumen yang mengeluh ketika mendapatkan barang yang bertulisan diskon tetapi tidak sesuai dengan diskon yang di berikan di kasir. Terdapat Alfamart tersebut kurang menarik karena tata letak barang yang kurang rapi dan suasana toko yang panas sehingga dapat menimbulkan perasaan yang tidak

nyaman pada pelanggan ketika hendak membeli di Alfamart tersebut. Pelayanan Alfamart yang diberikan oleh toko seharusnya keramahan, mengucapkan salam ketika konsumen datang, dan pelayanan terhadap kebutuhan konsumen sehingga akan menjadi penilaian tersendiri bagi konsumen dalam menentukan citra suatu toko pada Alfamart tersebut. Hal tersebut sangat mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Dersalam. Berdasarkan pertanyaan masalah yang diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Dersalam Bae Kudus?
2. Bagaimana diskon berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Dersalam Bae Kudus?
3. Bagaimana *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Dersalam Bae Kudus?
4. Bagaimana citra toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Dersalam Bae Kudus?
5. Bagaimana keragaman produk, diskon, *store atmosphere* dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Dersalam Bae Kudus?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di ajukan di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Dersalam Bae Kudus.

2. Menganalisis pengaruh diskon terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Dersalam Bae Kudus.
3. Menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Dersalam Bae Kudus.
4. Menganalisis pengaruh citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Dersalam Bae Kudus.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Praktis**

Penelitian ini di harapkan dapat memberi wawasan dan informasi ketika berbelanja produk di Alfamart. Sehingga masyarakat memiliki gambaran tentang bagaimana kondisi keragaman produk dan *store atmosphere* antara perusahaan dan pelanggan.

#### **2. Manfaat Teoritis**

Di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dibidang ekonomi dan pemasaran khususnya dibidang perusahaan ritel, serta ajang ilmiah menerapkan berbagai teori yang pernah di pelajari di perkuliahan.