

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis di sektor retail pada saat ini mengalami perkembangan yang pesat, berbagai cara penjualan digunakan para pengusaha untuk menciptakan dan mengembangkan usahanya agar memperoleh keuntungan yang maksimal (Astaginy et al., 2023). Hal tersebut menyebabkan terjadinya peningkatan jumlah perusahaan dagang terutama yang berfokus pada toko retail *modern* seperti supermarket, minimarket, toko grosir dan sejenisnya. Peningkatan jumlah usaha retail sejalan dengan pertumbuhan sektor retail, di mana permintaan pelanggan terhadap pengalaman belanja yang lebih *modern*, praktis dan beragam mendorong lahirnya lebih banyak entitas bisnis yang berfokus pada memenuhi kebutuhan ini. Kotler & Keller (2016:549) mendefinisikan retail merupakan penjualan eceran yang merangkum semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bukan keperluan bisnis. Sunyoto (2015:1) menyatakan bahwa *retailing* merupakan seluruh kegiatan yang melibatkan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan.

Industri retail saat ini masih cukup berkembang di Indonesia dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang semakin meningkat. Hal tersebut mengakibatkan kebutuhan masyarakat di Indonesia juga mengalami peningkatan yang akan berdampak pada pertumbuhan pasar retail *modern* (Imran & Jasman, 2023). Retail berperan penting pada kemajuan perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data dari

BPS (2023), jumlah ritel di Indonesia yang terdiri dari pusat perbelanjaan dan toko swalayan pada tahun 2020 mencapai 2.133 unit. Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan menyatakan bahwa sektor retail adalah penggerak utama konsumsi rumah tangga yang menyumbang 53,56% PDB (news.ddtc.co.id, 2023).

Suksesnya sebuah industri retail disebabkan oleh penjualan yang terus meningkat, salah satu aspek penting dalam bisnis yaitu bagaimana cara agar pelanggan merasa puas dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Memuaskan pelanggan merupakan keinginan bagi para pelaku bisnis dan juga menjadi faktor penting dalam keberlangsungan hidup sebuah perusahaan (Zikri & Harahap, 2022). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi positif yang diberikan oleh pelanggan dari pengalaman mereka membeli sebuah produk, hal tersebut mencerminkan sejauh mana produk tersebut memenuhi atau melebihi harapan dan kebutuhan pelanggan. Hal tersebut selaras dengan definisi kepuasan konsumen oleh Kotler & Keller (2016:196) bahwa kepuasan konsumen merupakan persepsi konsumen mengenai kinerja produk yang dibeli didasarkan pada ekspektasi yang diharapkan. Jika produk tidak memenuhi harapan maka konsumen akan merasa kecewa dan kepuasannya menurun, namun jika produk memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas dan kepuasannya meningkat.

Cara agar pelanggan merasa puas adalah dengan memperhatikan *service quality* atau kualitas pelayanan dengan yang baik kepada pelanggan. Dengan adanya hal tersebut, industri retail harus meningkatkan kualitas dalam pelayanannya, kualitas layanan merupakan tingkat dari sebuah layanan apakah layanan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen atau tidak. Kotler (2019:143)

menyebutkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan penting untuk menjaga keunggulan perusahaan, karena kualitas pelayanan menjadi fokus perhatian dan isu strategis bagi sebuah perusahaan (Rahmadani, 2019).

Selain memperhatikan kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan memperhatikan *store atmosphere* atau suasana toko. *Store atmosphere* merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah industri retail karena memiliki dampak besar bagi perilaku konsumen dan keberhasilan perusahaan (Efendi et al., 2023). Hal ini disebabkan karena *store atmosphere* merupakan karakteristik fisik toko yang dapat menimbulkan kesan menarik dan dapat menimbulkan rasa puas pada pelanggan. (Putra & Wimba, 2021) menyatakan bahwa *store atmosphere* memiliki peran krusial dalam setiap bisnis karena mampu menciptakan lingkungan yang nyaman, sehingga membuat pelanggan menghabiskan waktu lebih lama di dalam toko. Menciptakan konsep baru pada retail dengan menggabungkan aspek-aspek seperti hiburan, latar musik dan menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan (Intan et al., 2021). Hal tersebut berarti toko retail tidak hanya sekadar tempat transaksi dan menyajikan pengalaman belanja, namun juga sebagai sarana hiburan atau kegiatan bersantai. Dengan demikian, menciptakan suasana toko sangat penting untuk memuaskan pelanggan.

Selain memperhatikan *service quality* dan *store atmosphere* untuk menciptakan kepuasan pelanggan, *shopping convenience* atau kenyamanan dalam berbelanja

juga merupakan suatu hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Saat pelanggan merasa bahwa ketika berbelanja merupakan pengalaman yang nyaman, efisien dan memuaskan, maka konsumen tersebut akan cenderung merasa puas. Damaryanti et al. (2022) menyatakan bahwa kegiatan belanja mampu meningkatkan kenyamanan. Perasaan nyaman tersebut timbul ketika seorang pelanggan mulai memikirkan tentang pengalaman yang didapatkan ketika merasakan *service quality* dan *store atmosphere* yang baik. Adanya hal tersebut, retail harus mampu memberikan kenyamanan dalam berbelanja agar pelanggan merasakan kepuasan (Puspaningrum, 2017:76).

Salah satu perusahaan retail yang berada di Kota Kudus milik PT. Ada Perkasa Sahitaguna adalah Pasar Swalayan ADA Kudus. Swalayan ADA merupakan pasar *modern* yang menyediakan berbagai macam kebutuhan rumah tangga, peralatan sekolah, perlengkapan dapur, *fashion*, sepatu, mainan, *food court*, dan lain sebagainya. Retail tersebut memiliki 11 cabang, yaitu 7 cabang di Kota Semarang, 1 cabang di Kota Bogor, 1 cabang di Kota Jakarta, 1 cabang di Kota Kudus dan 1 cabang di Kota Pati.

Tabel 1. 1
Rating Swalayan di Kota Kudus Tahun 2023

No	Nama Swalayan	Rating
1	Pasar Swalayan ADA Kudus	4,2 (5,850 <i>reviewes</i>)
2	Ramayana Simpang Tujuh Kudus	4,3 (5,482 <i>reviewes</i>)
3	Hypermart Kudus	4,2 (1,294 <i>reviewes</i>)
4	Super Indo Kudus	4,6 (1,619 <i>reviewes</i>)

Sumber: Rating *Google Maps*, 2023

Merujuk pada tabel 1.1 mengenai rating swalayan di Kota Kudus pada *google maps*, bahwasannya Pasar Swalayan ADA Kudus mendapatkan rating sebesar 4,2 dengan jumlah 5,850 *reviews*. Rating yang rendah pada Pasar Swalayan ADA Kudus yang diperoleh dari *google maps* terjadi karena beberapa faktor yang mencakup berbagai aspek pengalaman pelanggan. Faktor tersebut dapat mempengaruhi bagaimana pelanggan menilai dan memberikan rating terhadap swalayan. Rating swalayan mencerminkan keseluruhan pengalaman pelanggan dan sejauh mana swalayan dapat memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan data rating tersebut, bahwasannya rating yang diperoleh Pasar Swalayan ADA Kudus lebih rendah dibandingkan dengan Super Indo Kudus yang mendapat rating sebesar 4,6 dengan jumlah *reviews* hanya 1,619. Hal tersebut dapat menjadi permasalahan bagi Pasar Swalayan ADA Kudus untuk menganalisis dan memperbaiki aspek-aspek yang berkaitan dengan pengalaman pelanggan untuk meningkatkan rating mereka. Jumlah rating yang rendah dapat mengindikasikan terjadinya ketidakpuasan pelanggan ketika berbelanja di Pasar Swalayan ADA Kudus. Hal tersebut didukung dari beberapa ulasan terkait keluhan pelanggan dari beberapa sumber:

Tabel 1. 2

Uraian dan Keluhan Pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus

No	Uraian	Keluhan	Keterangan
1	Dari @atarazri: “Aku kecewa sama pelayan ADA, aku beli sabun <i>lifebuoy</i> 1 paket isi 4 kok di itung 2 paket, mau kembali kesana jauh terus kitanya yang rugi. Tolonglah, kalau ngitung yang benar”.	Pelanggan tersebut mengeluhkan pelayanan pada kasir Pasar Swalayan ADA Kudus kurang teliti dalam menghitung jumlah pembelian.	Ulasan Instagram, 2023
2	Dari Aprilia Kusuma: “Sudah kedua kalinya pelayanan kasir ADA sangat tidak pantas. Perlu <i>ditraining</i> lagi <i>attitude</i> nya. Sekarang pelayanannya minus. Tidak ada ramah-ramahnya sekali sama <i>customer</i> . Kalau ada pembeli pakai kardus, jangan ngawur kasih kardusnya, dilihat dulu belanjanya seberapa yang bawa ke kasir dan yang ada di penitipan barang. Kan sama-sama bayar juga	Pelanggan tersebut mengeluhkan pelayanan kasir pada Pasar Swalayan ADA Kudus minus, dikarenakan kurangnya <i>attitude</i> serta tidak ramah dengan pelanggan.	Ulasan Maps, 2023

No	Uraian	Keluhan	Keterangan
	kan kardusnya nggak gratis”.		
3	Dari Khoirina Kamila: “Tempat parkir sangat panas, tidak ada penutupnya. Mohon disediakan payon atau apa buat <i>customer</i> ”.	Pelanggan tersebut mengeluhkan tempat parkir yang sangat panas dan tidak ada penutupnya.	Ulasan <i>Maps</i> , 2023
4	Dari Ade Rizki Dwiputro: “Kamis 28 april 2022 09.57 pagi, AC tidak dinyalain. Panas banget mallnya, astaga. Tolong kenyamanan pengunjung diperhatikan ya padahal <i>mall</i> sudah buka pukul 9.30”.	Pelanggan tersebut mengeluhkan suasana Pasar Swalayan ADA Kudus yang panas dikarenakan AC tidak dinyalakan.	Ulasan <i>Maps</i> , 2022
5	Dari thony: “Swalayan ada terbesar tempat parkirnya yang pernah saya lihat. Walaupun penataannya kadang suka dibuat bingung, banyak promonya, <i>food court</i> terintegrasi, <i>nice</i> , tidak jalan jauh kalau laper, cuma penataan swalayannya yang agak kacau, dan karena ramai	Pelanggan tersebut mengeluhkan penataan ruang Pasar Swalayan ADA Kudus kacau dan terkesan kotor serta penataan tempat parkir yang terkadang membuat bingung.	Ulasan <i>Id.firms</i> , 2019

No	Uraian	Keluhan	Keterangan
	sekali jadi terkesan agak kotor, tapi lengkap banyak pilihan dan relatif murah. <i>Overall</i> , masih oke buat belanja. <i>Recommended</i> ".		

Sumber: Data sekunder, 2023

Merujuk pada tabel 1.2 mengenai uraian dan keluhan pelanggan ketika berkunjung dan membeli di Pasar Swalayan ADA Kudus yang diperoleh dari beberapa aplikasi dan sosial media, seperti Instagram, *Google Maps* dan Id Firms menyatakan bahwa beberapa pelanggan merasa tidak puas dikarenakan kualitas pelayanan dan suasana toko yang buruk serta kenyamanan yang kurang diperhatikan. Namun, perlu diketahui bahwasannya setiap swalayan akan memiliki beragam pelanggan dengan pengalaman dan ekspektasi yang berbeda. Beberapa pelanggan mungkin merasa puas dengan kualitas yang diberikan perusahaan, sementara yang lain mungkin merasa tidak puas. Ini adalah hal yang wajar dalam dunia ritel. Dengan demikian, penting sekali bagi Pasar Swalayan ADA Kudus untuk memperhatikan lagi kinerja pelayanannya dan kondisi swalayan dengan baik agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Research gap dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Hartati (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Maimunah (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Welsa & Khoironi (2019) menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Reski & Melifia (2021) yang menyatakan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Gaotami et al. (2023) menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *shopping convenience*. Hal ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Budiarno et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kenyamanan berbelanja.

Penelitian yang dilakukan oleh Marduwati (2022) menyatakan bahwa sarana lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan berbelanja. Hal ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rijali & Rahmawati (2022) yang menyatakan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan berbelanja.

Penelitian yang dilakukan oleh Sahai et al. (2020) menyatakan bahwa *shopping convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Laura & Safitri (2022) menyatakan bahwa kenyamanan berbelanja berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, penulis ingin meneliti bagaimana **“Pengaruh *Service Quality* dan *Store Atmosphere* Terhadap**

***Customer Satisfaction* melalui *Shopping Convenience* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus)”.**

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup atau batasan topik diperlukan untuk memperjelas pembahasan yang sistematis dan mendalam tentang topik penelitian ini agar tidak terlalu luas atau menyimpang. Ruang lingkup atau batasan topik dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1 Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *Service Quality* (X_1) dan *Store Atmosphere* (X_2), variabel endogen dalam penelitian ini adalah *Customer Satisfaction* (Y) dan variabel intervening dalam penelitian ini adalah *Shopping Convenience* (Z).
- 1.2.2 Objek penelitian ini di Pasar Swalayan ADA Kudus yang terletak di Jl. Raya Kudus-Jepara No.KM 1, Purwosari, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59316.
- 1.2.3 Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan di Pasar Swalayan ADA yang berada di Kota Kudus.
- 1.2.4 Waktu penelitian dilakukan dari bulan Januari-Februari 2024.

1.3 Perumusan Masalah

Didasarkan pada fenomena-fenomena yang telah dijelaskan pada latar belakang yang terjadi di lapangan, yaitu:

1. Rating Pasar Swalayan ADA Kudus rendah dibandingkan dengan swalayan lainnya yang berada di Kota Kudus yang dibuktikan pada tabel 1.1 mengenai rating swalayan di Kota Kudus tahun 2023.

2. Rendahnya kualitas pelayanan yang dibuktikan pada tabel 1.2 mengenai uraian dan keluhan pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus.
3. Terdapat ulasan mengenai *store atmosphere* dan kurangnya kenyamanan yang dibuktikan pada tabel 1.2 mengenai uraian dan keluhan pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus. Suasana toko yang kurang baik akan membuat pelanggan merasa tidak betah dan dapat mengakibatkan pelanggan tidak merasa puas dalam berbelanja.

Berdasarkan perumusan masalah di atas, terbitlah pertanyaan dari penelitian sebagai berikut:

- 1.3.1 Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus?
- 1.3.2 Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus?
- 1.3.3 Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Shopping Convenience* pada pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus?
- 1.3.4 Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Shopping Convenience* pada pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus?
- 1.3.5 Bagaimana pengaruh *Shopping Convenience* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sangat penting karena berfungsi sebagai landasan untuk mengarahkan proses penelitian. Tujuan ini juga digunakan untuk mengetahui hasil dan memastikan relevansinya. Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1.4.1 Menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus.
- 1.4.2 Menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus.
- 1.4.3 Menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Shopping Convenience* pada pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus.
- 1.4.4 Menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Shopping Convenience* pada pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus.
- 1.4.5 Menganalisis pengaruh *Shopping Convenience* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pasar Swalayan ADA Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis yaitu dapat memberikan kontribusi pada ilmu manajemen, khususnya dalam bidang pemasaran mengenai *service quality*, *store atmosphere*, *customer satisfaction* dan *shopping convenience*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara praktis yaitu dapat memberikan manfaat kepada perusahaan dengan memberikan masukan yang baik mengenai pentingnya memperhatikan *service quality*, *store atmosphere*,

customer satisfaction dan *shopping convenience* dalam dunia bisnis, agar sebuah perusahaan menjadi lebih baik kedepannya.

