

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis semakin pesat, ditandai dengan semakin banyak dan kompleksnya tantangan yang ada didalamnya. Seiring dengan hal tersebut, terjadi pula pergeseran tata kehidupan masyarakat secara menyeluruh dan cepat yang berdampak pada perubahan kondisi ekonomi, sosial, dan budaya yang secara cepat pula. Secara beruntun perubahan perilaku konsumen memaksa seorang pemasar untuk lebih cepat, tanggap, teliti, dan dinamis dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya dimasa sekarang dan akan datang.

Di Indonesia saat ini pertumbuhan sektor ritel semakin meningkat. Hal ini terjadi karena pengusaha, baik dari dalam maupun luar negeri yang terus menerus melakukan kegiatan dalam mengembangkan usahanya. Akibat meningkatnya sektor ritel di Indonesia menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang semakin ketat, baik itu persaingan antara perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Seperti halnya yang terjadi pada industri ritel nasional dimana perkemangan jumlah ritel di Indonesia terus bertambah secara pesat seperti toko dan Swalayan yang ada di Bangkinang.

Akibat ketatnya persaingan saat ini, maka setiap bisnis ritel modren perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing. Menyikapi hal ini, peritel yang bermain di bisnis ini dituntut untuk selalu melakukan inovasi yang pada nantinya akan merebut

hati konsumennya. Setiap retailer berusaha menawarkan berbagai rangsangan agar dapat memuaskan konsumen saat berbelanja.

Ritel merupakan hal terpenting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Dengan adanya ritel suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya. Industri ritel ini juga dapat didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan baik itu kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Untuk itu dalam industri ritel dituntut untuk memberi pelayanan semaksimal mungkin kepada para konsumen agar mereka merasa puas dengan pelayanan ataupun fasilitas yang telah disediakan. Jadi, pada dasarnya pelayanan merupakan usaha yang tidak kalah penting untuk menghadapi persaingan bisnis ritel yang nantinya akan berpengaruh terhadap volume penjualan.

Bukan hanya meningkatkan pelayanan saja, akan tetapi Untuk meningkatkan volume penjualan serta menjaga kelangsungan hidup sebuah bisnis, maka pengelola bisnis harus berupaya menerapkan strategi berupa bauran ritel. Seperti yang dijelaskan oleh Ma'rif bauran ritel adalah strategi pemasaran yang mengacu kepada beberapa variabel, dimana peritel dapat mengkombinasikan variabel tersebut menjadi jalan alternatif dalam upaya mendorong atau memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Variabel tersebut pada umumnya meliputi faktor-faktor seperti lokasi, barang dagangan, harga, promosi, atmosphere toko, pelayanan dan orang. Dari hasil penelitian

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dilakukan oleh wahono dan subagio bahwa bauran ritel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan, kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang ketika seorang konsumen berbelanja. Kepuasan juga merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan sangat kecewa, bila kinerja sesuai harapan maka konsumen akan sangat puas. Kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Ketika pelayanan disebuah malaya mengimbangi sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas ketika berbelanja.

Suasana toko ( store atmosphere) merupakan kombinasi dari hal yang bersifat emosional. Suasana toko mempengaruhi keadaan emosional pembeli, yang kemudian mendorong untuk meningkatkan atau mengurangi belanja. Dampak dari suasana toko bisa menciptakan kesan yang membuat konsumen akan meningkatkan pembeliannya atau hanya membeli secukupnya dan kemungkinang tidak berniat kembali lagi untuk membeli ditempat tersebut. Kesan yang diperoleh berdampak pada kepuasan konsumen. Produsen harus jeli dalam melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan pelanggan agar

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mampu memberikan kepuasan pada konsumen sehingga tidak beralih kepada pesaing lain.

Ketepatan pemilihan lokasi juga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya.

Disamping itu, pemilihan lokasi dinilai sangat penting untuk melakukan sebuah usaha. Faktor lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian akan memberi daya tarik sendiri kepada konsumen.

Fenomena yang terjadi sekarang bahwa konsumen Malaya Mart mengalami penurunan dan persentase yang tidak baik, hal itu bisa disebabkan oleh kualitas pelayanannya, keadaan suasana ketika konsumen berbelanja. Dari hasil pengamatan penulis bahwa konsumen menganggap suasana toko, pelayanan yang dimiliki oleh Malaya Mart perlu ditingkatkan dan harus melakukan inovasi lagi, seperti mengatur aroma ruangan, memberi warna yang cerah agar dapat menyenangkan konsumen, mengatur suhu AC agar nantinya konsumen tidak merasa gerah saat berbelanja dan juga mengatur dekorasi yang rapi sehingga mempengaruhi perasaan konsumen. Disamping itu kebanyakan dari konsumen menganggap pelayanan yang berada di Malaya Mart masih belum sesuai dengan harapan konsumen seperti masih banyaknya antrian ketika konsumen hendak melakukan pembayaran serta kurangnya cara petugas Malaya melayani konsumen saat berbelanja misalnya ketika seorang konsumen berputar bolak balik mencari sebuah barang, seharusnya dari pihak petugas Malaya harus menawarkan diri serta bertanya kepada konsumen apa

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang bisa dibantu oleh petugas. faktor banyaknya pesaing-pesaing baru juga menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen Malaya Mart mengalami persentase yang tidak baik.

Malaya mart juga memiliki suatu keunggulan, dimana lokasi malaya yang sangat strategis dekat dengan keramaian masyarakat, lalu lintas dan juga dekat dengan pusat kota. Lokasi yang strategis dapat memberi kepuasan bagi konsumen ketika berbelanja. Karna pada dasarnya ketika konsumen ingin melakukan perbelanjaan, seorang konsumen akan memilih lokasi toko yang dekat tempat tinggal mereka, serta ketersediaan transportasi atau sarana angkutan umum yang nantinya akan memudahkan konsumen .

**Tabel 1.1: Data Jumlah Konsumen Malaya Mart Bangkinang Tahun 2013-2017**

No	Tahun	Jumlah Konsumen ( orang)	Persentase (%)
1	2013	29.101	-
2	2014	28.991	0,391
3	2015	33.472	13,387
4	2016	30.001	11, 569
5	2017	27.936	7,391
<b>Jumlah seluruh konsumen</b>		<b>149.501</b>	<b>-</b>

*Sumber : Malaya mart Bangkinang, desember 2017*

Dari data Tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah seluruh konsumen Malaya Mart sebesar 149.501 ( konsumen). Dapat dilihat juga bahwa Malaya Mart mengalami kemajuan begitu pesat namun mengalami naik turun. Seperti terlihat pada tahun 2013 konsumen berjumlah 29.101 konsumen. Kemudian pada tahun 2014 secara persentase mengalami penurunan sebesar 0,4 % yaitu dari 29.101 konsumen menjadi 28.991 konsumen. Dan pada tahun 2015

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah;

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

persentase meningkat sebesar 13,387 % dari 28.991 menjadi 33.472 konsumen. Pada tahun 2016 mengalami penurunan secara presentase sebanyak 11,569% dari 33.472 menjadi 30.001. Pada tahun 2017 juga mengalami penurunan konsumen secara presentase sebanyak 7,931% dari 30.001 menjadi 27.936 konsumen

Berdasarkan uraian data Tabel 1.1 diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumen Malaya Mart Bangkinang presentase yang tidak baik. Jadi dalam penyusunan skripsi ini penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian sebagai berikut:

**“Pengaruh Kualitas Pelayanan , Suasana Toko ( Store Atmosphere ) dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Belanja di Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar”.**

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara persial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen belanja di Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar?
2. Apakah suasana toko ( *store atmosphere* ) berpengaruh secara persial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen belanja di Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar?

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah lokasi berpengaruh secara persial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen belanja di Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar?
4. Apakah kualitas pelayanan, suasana toko ( *store atmosphere* ) dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas makan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara persial terhadap kepuasan konsumen belanja di Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar.
2. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko ( *store atmosphere* ) secara persial terhadap kepuasan konsumen belanja di Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara persial terhadap kepuasan konsumen belanja di Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, suasana toko ( *store atmosphere* ) dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen belanja di Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1.3.2 Manfaat

#### 1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang konsep pemasaran khususnya dalam bidang penerapan suasana toko (*store atmosphere*), pelayanan dan lokasi bagi konsumen.

#### 2. Bagi Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar.

Dengan peneitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak pimpinan untuk penyempurnaan dalam meningkatkan kualitas pada Malaya Mart Bangkinang

#### 3. Bagi UIN SUSKA RIAU

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi maupun sumbangan pemikiran kepada pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya

### 1.4 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran secara umum dan untuk memudahkan pembahasan skripsi ini, maka penulisan ini dibagi kedalam enam bab dan setiap bab dibagi ke dalam beberapa sub bab, maka sistematika penulisan yang direncanakan adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dikemukakan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Pada bab ini akan diuraikan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, yang terdiri dari pengertian atau pendapat yang berkenaan dengan suasana toko, pelayanan serta lokasi dan hubungannya terhadap kepuasan konsumen serta batasan lain yang dianggap perlu untuk teori pedoman sebagai tahap penganalisaan masalah, hipotesis dan variable penelitian.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, tehnik pengumpulan data, populasi dan sampel serta tehnik pengolahan data dan analisis data.

## **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini penulis menguraikan sejarah singkat Malaya Mart Bangkinang kabupaten kampar

## **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

## **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan kesimpulan penelitian dan saran-saran berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya