

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 I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis produk dan jasa semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat, menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya dan menjadikan setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Harapan dari adanya perluasan pasar adalah secara langsung meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki banyak pelanggan. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Bagi setiap produsen perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Masyarakat selaku konsumen tidak dengan begitu saja membeli produk tanpa mempunyai pertimbangan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan. Menurut **Kotler dan Armstrong, (2011:16)** dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk

merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Kepuasan konsumen akan tercapai apabila harapan-harapan konsumen dapat dipenuhi oleh layanan yang diberikan perusahaan. Menurut **Kotler (2007:177)** Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (Hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas, jika kinerja berada sesuai harapan maka pelanggan akan puas, dan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau sangat senang.

Menurut **Irawan (2008 : 37)** kepuasan pelanggan di tentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Irawan berpendapat ada lima faktor utama mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu : Kualitas produk, Harga, Service quality, Emotional factor, Biaya dan kemudahan.

Dan menurut **Berman & Evans (2010:508)** *store atmosphere* adalah suatu karakteristik fisik yang sangat penting dalam menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen yang berada di dalam toko dan secara tidak langsung dapat mempengaruhi gambaran konsumen dan perilaku pembelian sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan store atmosphere yang baik dapat memberikan kesan ataupun respon emosional dari konsumen sehingga dapat membuatnya merasa puas dan mengunjungi tempat tersebut. Elemen-elemen store

#### 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 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.

atmosphere menurut **Berman & Evans (2010:509)** dapat dibagi menjadi empat elemen utama, yaitu: exterior, general interior, store layout, interior displays.

Dan menurut **Botti & Inyengar (2007: 24-38)** Keragaman produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama dapat memberikan alternative pilihan yang lebih bervariasi. Alternative pilihan yang lebih bervariasi bagi konsumen dapat mendorong atau mempengaruhi kepuasan konsumen. Keragaman produk merupakan persepsi konsumen yang dibagi menjadi beberapa dimensi penting yang meliputi : keragaman harga produk, keragaman kualitas produk, keragaman jenis produk dan keragaman tampilan produk (**Zielke 2010: 748**).

Dengan mengetahui faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen akan sangat membantu dalam memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kunci utama dalam memenangkan hati setiap konsumen adalah dengan tujuan memenuhi setiap harapan konsumen yang akan menciptakan pelanggan menjadi puas. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali keperusahaan tersebut, dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain. Sehingga perusahaan akan mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika konsumen yang datang tidak merasakan kepuasan, maka konsumen tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pengguna produk pada perusahaan.

Tak bisa dipungkiri saat sekarang ini semakin banyak minimarket atau pusat perbelanjaan ritel khususnya untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari seperti beras, gula, air mineral, susu, minyak goreng, dan lain-lain. Sehingga Ritel modern semakin lama semakin berkembang. Hal ini mendorong persaingan dunia bisnis yang sangat ketat. Kondisi ini terjadi karena adanya kecenderungan ritel modern dijadikan sarana untuk bersantai yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat kota, karena mudah dijangkau tanpa banyak mengorbankan waktu. Bisnis retail ditujukan untuk konsumen akhir sehingga pembelian barang bukan untuk dijual kembali, konsekwensinya adalah barang yang dibeli tidak dalam jumlah besar. Selain itu ritel modern merupakan tempat yang nyaman dalam melakukan kegiatan jual beli atau bertransaksi (**Edwin Japariato, 2010:76**).

PT. Sumber Alfaria Trijaya,Tbk atau yang dikenal dengan nama Alfamart merupakan salah satu alat pengusaha yang termasuk dalam usaha yang menyediakan produk kebutuhan sehari-hari bagi konsumen. Saat membeli suatu produk ataupun jasa, mungkin mendapati adanya sebuah kekurangan yang mana sudah pasti seorang konsumen tidak menginginkan suatu barang atau jasa yang tidak memenuhi standar kualitas mutu. Pada garis besarnya, perusahaan ini harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada konsumen.

#### 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.



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

Berikut ini terlihat dari jumlah pelanggan dan penjualan di Alfamart Air

Hitam Pekanbaru :

**Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan dan Penjualan Alfamart Air Hitam 2013 s/d 2017**

No	Tahun	Jumlah Pelanggan (Orang)	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Pertumbuhan Penjualan (%)
1	2013	293.865	Rp. 50 M	Rp. 51,3 M	-
2	2014	241.924	Rp. 50 M	Rp. 42,6 M	-16,95
3	2015	312.263	Rp. 50 M	Rp. 54,2 M	27,23
4	2016	266.452	Rp. 50 M	Rp. 46,1 M	-14,94
5	2017	231.934	Rp. 50 M	Rp. 39,9 M	-13,44

**Sumber : PT.Sumber Alfariya Trijaya,Tbk Minimarket Alfamart Air Hitam,2017**

Berdasarkan informasi yang diperoleh di atas, dapat di lihat pada tahun 2013 sampai tahun 2017 mengalami keadaan naik turunnya jumlah pelanggan atau disebut Fluktuasi dengan target sebesar 50 M. Dan terlihat pada tahun 2013 jumlah pelanggannya sebanyak 293.865 pelanggan, dengan jumlah penjualan Sekitar Rp. 51,3 M. Selanjutnya di tahun 2014 jumlah pelanggan mengalami penurunan dengan jumlah 241.924 pelanggan yang datang dengan penjualan sekitar Rp. 42,6 M atau turun -16,95 % dibandingkan dengan tahun sebelumnya dan, dari target penjualan yang diharapkan tidak bisa dicapai perusahaan. Kemudian di tahun 2015 jumlah pelanggan mengalami peningkatan 312.263 pelanggan dengan nilai penjualan Rp.54,2 M dan hal ini menunjukkan peningkatan pertumbuhan dari tahun sebelumnya sekitar 27,23 %, dengan target yang sudah dicapai oleh perusahaan.

Dan di tahun selanjutnya jumlah pelanggan mengalami penurunan kembali, yaitu di tahun 2016 dengan jumlah 266.452 pelanggan, dengan penjualan

**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.

46,1 M dari jumlah ini terlihat bahwa target penjualan belum tercapai, sehingga dari sisi pertumbuhan menurun -14,94 %. Dan tahun terakhir yaitu tahun 2017 kemarin jumlah pelanggan mengalami penurunan kembali, dengan jumlah pelanggan sebanyak 231.934 pelanggan dan memiliki penjualan sekitar Rp.39,9M dan penjualan tahun ini pun belum mencapai target, dengan tingkat pertumbuhan menurun -13,44 %.

Dari keseluruhan tahun ke tahun jumlah pelanggan mengalami naik turun atau fluktuasi, dengan keadaan seperti itu perusahaan terlihat tidak stabil. Dari fenomena yang terjadi perusahaan masih kurang memberikan kepuasan kepada konsumennya. Menyadari hal tersebut, terlihat betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran. sehingga setiap pelanggan merasakan kepuasan yang menjadikan mereka bertahan dan melakukan pembelian berulang-ulang sehingga tidak terjadi penurunan penjualan dan pertumbuhan dari tahun sebelumnya.

Dari hal tersebut dapat ditarik permasalahan yang terjadi karena penataan tempat atau tata letak yang kurang baik seperti jarak antara rak terlalu dekat dan produk masih terlalu dekat sehingga pada saat konsumen berjalan untuk berbelanja dan mencari produk kesulitan dan tidak cukup bebas saat berjalan. Kemudian penempatan produk yang masih menyulitkan konsumen karena setiap produk disusun sangat rapat dan tinggi sehingga pada saat mengambil produk konsumen mengalami kesulitan dan tidak bisa untuk mengambilnya. Dengan hal tersebut konsumen tidak mendapatkan kepuasan dalam berbelanja.

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.

Kemudian dari segi emosional konsumen belum merasakan kenyamanannya saat berada didalam ritel tersebut karena adanya interaksi yang kurang baik antar pelanggan, dan saat konsumen tersebut berbelanja, ketika konsumen sulit mencari barang yang dibutuhkan, konsumen tersebut tidak mendapatkan perhatian dari pramusaji atau penjaga toko, sehingga konsumen merasa tidak senang dan kurang percaya diri untuk berbelanja.

Dalam dunia bisnis perusahaan menginginkan produknya mengalami penjualan yang meningkat dan dapat mencapai target serta dapat mengungguli pesaingnya. Mengenai hal ini tentu tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan tersebut dengan tingkat kebutuhan dan permintaan konsumen yang harus segera dipenuhi oleh perusahaan. Tentu untuk mendekati keinginan konsumen maka kita harus melihat dari sudut pandang konsumen dimana sekali kita berbelanja bisa mendapatkan berbagai macam kebutuhan, dengan varian barang yang ditawarkan juga bervariasi.

Dan dilihat dari keragaman produk masih belum cukup memenuhi kebutuhan konsumen berbelanja, karena terkadang sebagian konsumen belum mendapatkan semua barangnya dari toko tersebut, dan konsumen tidak mendapatkan beberapa pilihan produk karena jenis dan ukuran produk masih sedikit untuk memenuhi kebutuhannya sehingga masih perlu ke tempat lain untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan dari konsumen tersebut. Jadi, dari kondisi saat konsumen mulai merasa tidak tertarik dan tidak nyaman berbelanja di sebuah ritel atau toko akan berpengaruh pada tingkat kepuasan yang diharapkan saat berbelanja.

**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.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik dan perlu dilakukan penelitian tentang :“ **Pengaruh *Store Layout*, *Emotional Factor* Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Air Hitam Pekanbaru**”.

### 1.2. Rumusan Masalah

Didalam fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- 1) Apakah *Store Layout* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Air Hitam Pekanbaru?
- 2) Apakah *Emotional Factor* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Alfamar Air Hitam Pekanbaru?
- 3) Apakah Keragaman Produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Alfamar Air Hitam Pekanbaru?
- 4) Apakah *Store Layout*, *Emotional Factor*, dan Keragaman Produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Alfamar Air Hitam Pekanbaru?

### 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### a. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :



**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.

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *Store Layout* secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Alfamar Air Hitam Pekanbaru
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *Emotional Factor* secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Alfamar Air Hitam Pekanbaru.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Alfamar Air Hitam Pekanbaru.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh *Store Layout*, *Emotional Factor*, dan Keragaman Produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Alfamar Air Hitam Pekanbaru.

**b. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis yaitu :

1. Bagi Penulis

Untuk menambahkan pengetahuan dan pengalaman mengenai store layout, emotional factor, dan keragaman produk sebagai studi perbandingan antara teori-teori yang telah didapat dengan keadaan yang sebenarnya di Alfamar Air Hitam Pekanbaru.

2. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan dalam memahami store layout, emotional factor dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di Alfamar Air Hitam Pekanbaru.

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.

### 3. Bagi pembaca

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan pedoman bagi peneliti yang akan datang dan tertarik untuk membahas permasalahan yang diangkat dalam pembahasan ini.

## 1.4. Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran umum dari sistematika penulisan ini, berikut penulis akan menjelaskan dengan singkat bab demi bab yang akan di uraikan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan bab pertama dalam penulisan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian serta sistematikan penulisan.

### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Merupakan bab kedua dalam penulisan yang berisikan teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti, pandangan islam, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, hipotesis serta variabel penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

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

Bab keempat ini menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, visi, dan misi perusahaan serta struktur organisasi perusahaan.

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 V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian dan pembahasan hasil dari penelitian.

## **BAB VI : KESIMPULAN**

Bab ini berisikan kesimpulan yang didapatkan dari hasil analisis data yang dilakukan dan saran bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.

