

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Keberhasilan suatu bisnis adalah ketika masyarakat luas atau konsumen dapat menerima produk/jasa yang dihasilkan oleh bisnis tersebut. Oleh karenanya perusahaan harus maksimal dalam melihat kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga produk atau jasa yang dihasilkan dapat diterima pasar. Pola konsumsi masyarakat terus mengalami perubahan seiring dengan berbagai perkembangan diberbagai bidang.

Masyarakat lebih cenderung memilih berbelanja dipasar modern dibandingkan dengan pasar tradisional, hal inilah yang menyebabkan bisnis ritel khususnya ritel dalam kategori supermarket yang merupakan sebuah toko dengan konsep pelayanan mandiri yang menyediakan berbagai jenis barang lengkap dengan gerai toko berukuran  $\pm 1000m^2 - 4.999m^2$  mengalami perkembangan yang cukup signifikan diberbagai kota-kota besar di Indonesia.

Ma'ruf (2006: 7) menyatakan bisnis ritel adalah kegiatan usaha menjual barang dan jasa kepada perorangan untuk keperluan sendiri, keluarga atau rumah tangga. Perkembangan industri ritel nasional yang semakin signifikan dapat dilihat dari indikasi pertumbuhan ritel modern yang keberadaannya semakin populer sebagai tempat penyedia berbagai kebutuhan harian bagi masyarakat Indonesia khususnya masyarakat di daerah perkotaan.

Kota medan merupakan salah satu kota yang mengalami perkembangan bisnis ritel yang sangat pesat, fenomena ini dapat dilihat dengan tumbuhnya gerai-gerai ritel di hampir setiap sudut kota, Mulai dari ritel skala kecil hingga skala besar. Brastagi Supermarket Cambridge Medan merupakan salah satu ritel yang cukup besar di kota Medan.

Brastagi supermarket menyediakan berbagai macam produk diantaranya sayur dan buah-buahan segar, makanan ringan, keperluan rumah tangga, dan lain sebagainya. Brastagi supermarket medan memiliki dua gerai di kota medan dan salah satunya adalah di Cambridge city square Medan. Karena letaknya yang berada disalah satu mall dengan condominium terbesar di kota medan, tentu akan menciptakan prestise bagi konsumennya.

Berikut merupakan data pengunjung di Brastagi Supermarket Cambridge Medan setiap bulannya:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah pengunjung di Brastagi Supermarket Cambridge Medan**  
**Juli-Desember 2015**

<b>Bulan</b>	<b>Juli</b>	<b>Agustus</b>	<b>September</b>	<b>Oktober</b>	<b>November</b>	<b>Desember</b>
<b>Jumlah Pengunjung</b>	44.478	43.540	41.404	44.771	41.568	43.409

*Sumber: Brastagi Supermarket Cambridge Medan 2016 diolah Penulis*

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Brastagi Supermarket Cambridge Medan berfluktuatif setiap bulannya. Jika dilihat dari tabel, penurunan jumlah pengunjung terjadi selama bulan juli hingga september dan kemudian jumlah pengunjung kembali meningkat pada bulan oktober, namun pada bulan november jumlah pengunjung kembali mengalami penurunan dan

kembali mengalami kenaikan pada bulan desember. Biasanya pemicu kenaikan jumlah pengunjung disebabkan oleh perayaan-perayaan besar selama bulan tersebut, namun jumlah pengunjung yang berfluktuatif juga diduga dapat disebabkan oleh faktor kepuasan konsumen yang masih kurang optimal sehingga pengunjung masih mempertimbangkan perusahaan pesaing sebagai pilihannya untuk berbelanja.

Secara teori, kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh produk, pelayanan, harga, kenyamanan, kemudahan, dan citra perusahaan (Kuswadi, 2004: 56). Dengan semakin ketatnya persaingan, perusahaan harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dan kritis dalam memilih tempat belanja dan melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada beberapa orang konsumen yang telah berbelanja di Brastagi Supermarket Cambridge Medan, sebagian dari mereka mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh supermarket tersebut relatif mahal dan produk yang disediakan juga tidak selengkap gerai pusatnya atau gerai ritel pesaingnya sehingga rasa puas dalam berbelanja yang mereka rasakan masih belum optimal dan mereka masih mempertimbangkan untuk berbelanja di gerai ritel lainnya seperti Food Mart, Smarco, Hypermart, Carrefour, dan gerai ritel lainnya yang ada di kota medan untuk memenuhi kebuhan sehari-hari.

Meningkatkan kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan utama perusahaan, seringkali perusahaan mengandalkan kepuasan konsumen sebagai

salah satu penilaian dari keberhasilan bisnisnya. Karena dengan terciptanya rasa puas, konsumen akan cenderung melakukan pembelian ulang yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen.

Kepuasan konsumen diduga juga dapat diciptakan melalui kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan, karena hal yang pertama kali terpikirkan ketika seseorang ingin menjalin hubungan bisnis adalah bagaimana cara menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap mitra bisnisnya.

Sejalan dengan yang dikatakan oleh Tjiptono (2008: 102) bahwa kepercayaan berkaitan dengan *emotional bonding* yaitu kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk menjalankan sebuah fungsi. Untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, perusahaan harus mampu menunjukkan konsistensi dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan menyediakan produk yang berkualitas kepada konsumennya karena kepercayaan tidak akan tumbuh begitu saja tanpa adanya pembuktian bahwa perusahaan adalah pilihan tepat untuk dijadikan mitra bisnis jangka panjang.

Dari hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis dengan mewawancarai beberapa orang konsumen yang berbelanja di gerai Brastagi Supermarket Cambridge Medan, sebagian dari mereka mengeluhkan bahwa sering terjadinya perbedaan antara keterangan harga yang dicantumkan di rak produk dengan harga yang tersimpan di database kasir. Tentu saja hal tersebut menyebabkan konsumen merasa kecewa dan dapat mengurangi kepercayaan konsumen yang mengakibatkan penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan

menjadi menurun dan rasa puas yang dirasakan konsumen tidak tercapai secara maksimal.

Selain kepercayaan konsumen, kepuasan juga diduga dapat diciptakan melalui suasana belanja yang nyaman. Untuk itu, perusahaan harus memperhatikan keadaan lingkungan fisik perusahaan. Lovelock dan Wirtz (2011: 4) menyatakan lingkungan fisik atau *servicescape* terkait erat dengan gaya, tampilan fisik dan elemen pengalaman lain yang ditemui pelanggan ditempat penghantaran layanan atau jasa, melalui kesan-kesan yang diciptakan oleh panca indera. Keadaan lingkungan fisik perusahaan memainkan peran penting dalam membentuk pelayanan yang baik dan rasa nyaman yang dirasakan oleh konsumen dan akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja.

Menurut hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis yang dilakukan dengan mewawancarai beberapa orang konsumen yang berbelanja di gerai Brastagi Supermarket Cambridge Medan, sebagian dari mereka mengeluhkan seringkali terjadi perubahan susunan rak yang mengakibatkan konsumen menjadi lebih sulit dalam mencari produk yang diinginkan, selain itu juga pencahayaan dalam gerai yang tidak merata sehingga konsumen menjadi kurang nyaman dalam berbelanja dan tentu berdampak pada kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Brastagi Supermarket Cambridge Medan”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang mendasar dari penelitian ini adalah mengukur sejauhmana kepercayaan dan lingkungan fisik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kepercayaan konsumen terhadap Brastagi Supermarket Cambridge Medan yang masih belum optimal diduga menyebabkan terjadinya jumlah pengunjung yang berfluktuatif.
2. Lingkungan fisik yang diciptakan Brastagi Supermarket Cambridge Medan yang masih belum memenuhi harapan konsumen diduga menjadi penyebab kepuasan konsumen belum tercapai lebih optimal.
3. Kurangnya rasa kepercayaan konsumen dan lingkungan fisik gerai ritel Brastagi Supermarket Cambridge Medan diduga menjadi penyebab kepuasan konsumen masih belum maksimal.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi diatas, maka penelitian ini dibatasi pada identifikasi variabel yang dapat mempengaruhi Kepuasan konsumen pada Brastagi Supermarket Cambridge Medan, yaitu: Kepercayaan dan Lingkungan Fisik.

#### 1.4 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah diatas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada Brastagi Supermarket Cambridge Medan ?
2. Apakah terdapat pengaruh lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen pada Brastagi Supermarket Cambridge Medan ?
3. Apakah terdapat pengaruh Kepercayaan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen pada Brastagi Supermarket Cambridge Medan ?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

### 1. Bagi peneliti

Untuk menerapkan teori – teori yang diperoleh selama di perkuliahan serta menambah pengetahuan dan wawasan, mengenai kepuasan konsumen dan tentang kepercayaan dan lingkungan fisik.

### 2. Bagi Perusahaan

Sebagai pertimbangan dalam mengambil atau menentukan kebijakan dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen.

### 3. Bagi Universitas Negeri Medan

Menambah literatur kepustakaan di bidang penelitian kepuasan konsumen.

### 4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi untuk meneliti objek yang sejenis dan untuk mengembangkan penelitian di masa yang akan datang.