

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia pada saat ini telah berkembang pesat dan mengalami perubahan, dimana salah satu contoh perubahan dalam gaya hidup, hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang kini terjadi. Jumlah bisnis ritel yang bersaing menjadi sangat banyak sehingga pelanggan memiliki ragam pilihan dan alternatif yang dapat memenuhi keinginannya. Dengan adanya persaingan yang terjadi, hal tersebut menuntut para pelaku bisnis mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki dalam bersaing. Dunia bisnis tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku bisnis agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya.

Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan membuat pelaku bisnis harus memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, pelaku bisnis harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan baik untuk saat ini maupun masa yang akan datang. Masuknya pengusaha asing kedalam bisnis ritel menunjukkan bahwa bisnis ini memang menguntungkan. Industri ritel merupakan salah satu dari sekian banyak industri yang mengalami perkembangan yang cukup positif. Salah satu industri ritel yang ada di Indonesia yaitu *department store*. *Department store* adalah tempat berbelanja yang kini semakin dimintai oleh konsumen. Hal tersebut dikarenakan *department store* dapat memberikan kelebihan seperti keleluasaan bagi konsumen untuk memilih barang-barang yang diminati dengan berbagai alternatif pilihan harga, merek, ukuran dan kualitas dari produk yang dibutuhkan.

Banyak industri ritel dibidang *fashion* terus bermunculan di Indonesia seperti PT. Matahari *Department Store*, PT. Ramayana Lestari Sentosa dan PT. Mitra Adiperkasa. Dengan semakin bertambahnya jumlah industri ritel yang menghasilkan berbagai macam kategori produk maka terciptalah suatu kondisi persaingan dalam upaya merebut pangsa pasar. Disamping itu, adanya persaingan disini maka perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan keinginan serta kebutuhan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik.

Beberapa peraturan pemerintah mengenai keberadaan industri ritel di Indonesia, seperti Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 52 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Serta Peraturan Menteri Perdagangan No. 18 Tahun 2022 tentang Peraturan Atas Menteri Perdagangan No. 23 Tahun 2023 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Pada dasarnya lokasi untuk semua jenis usaha merupakan hal yang penting karena berkaitan langsung dengan efisiensi dan efektivitas bisnis. Lokasi menjadi salah satu faktor keunggulan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya sehingga lokasi yang akan digunakan memiliki nilai strategis bagi kelangsungan suatu usaha. Selain itu lokasi yang dipilih sebaiknya mudah dalam mencapai pasar atau dicapai oleh pelanggannya. Oleh karena itu, dalam penentuan lokasi perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh dan juga perlu melihat prospek lokasi tersebut pada masa yang akan datang. Lokasi yang dipilih juga sebaiknya dapat mendukung untuk mendatangkan keuntungan serta berpotensi tinggi untuk kegiatan usaha.

PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall yang berada di Jl. Tegar Beriman, Kelurahan Pakansari, Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor. PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall menjadikan tempat berbelanja yang nyaman, aman serta mampu dinikmati oleh semua kalangan. Selain lokasi yang mudah dijangkau oleh pelanggan, adapun tempat parkir yang memadai baik dibagian *basement* maupun dibagian depan lobby, serta akses yang sangat strategis karena berada ditengah lingkungan Pemerintah Daerah (pemda) dan dekat dengan akses tol sehingga tidak akan kesulitan untuk menemukan tempat tersebut.

Tidak hanya lokasi yang mudah mencapai pasar dan dicapai pelanggan, PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall tentu berusaha untuk mempertahankan para pelanggan dengan melakukan berbagai macam strategi pemasaran selain penempatan lokasi yang strategis PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall juga memberikan promosi yang sifatnya jangka pendek maupun jangka panjang. Pemasaran merupakan suatu jembatan antara produsen dan konsumen. Guna menarik minat para konsumen, salah satunya yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan pemasaran yang

efektif dan efisien, seperti promosi langsung yang dilakukan karyawan kepada pembeli (*word of mouth*), menggunakan brosur, menggunakan sosial media dan lain sebagainya.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan minat pelanggan, salah satu fungsi promosi adalah menginformasikan segala jenis bentuk produk yang ditawarkan. Promosi bertujuan untuk menarik pelanggan agar mau mencoba produk baru, atau membuat pelanggan meninggalkan produk pesaing. Oleh sebab itu, PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall harus menggunakan strategi pemasaran yang baik sehingga pelanggan akan semakin tertarik berbelanja di perusahaannya dan promosi pun harus selalu diadakan dan dikembangkan demi terciptanya kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang cukup erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan dalam jangka panjang. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak positif pada kelangsungan bisnis. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan, menimbulkan rasa nyaman serta keinginan untuk melakukan pembelian maupun kunjungan ulang. Agar dapat bersaing dan berkembang PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas baik, hal tersebut menjadikan pelanggan merasa puas dan bersedia menjadi pelanggan tetap.

Pada tanggal 24 Oktober 1958, perjalanan Perseroan dimulai dengan pembukaan gerai pertama khusus pakaian anak di Pasar Baru. Menyusul kesuksesan gerai pertama, Perseroan mengambil langkah strategis dengan membuka department store modern pertama, yang mengubah wajah lanskap ritel Indonesia. Pendirian PT. Matahari Putra Prima Tbk (MPP) pada tahun 1986 diikuti oleh penawaran umum perdana MPP pada tahun 1992. Pada tanggal 30 Oktober 2009, Matahari dilepas dari MPP untuk menjadi entitas baru, PT. Matahari *Department Store* Tbk. Perseroan pada akhir tahun 2021 memiliki 139 gerai yang beroperasi di 77 kota dan took online Matahari.com yang menawarkan berbagai produk berkualitas tinggi dan merek eksklusif yang dapat menunjang gaya hidup masyarakat.

**Tabel 1.1 Data Pengunjung Triwulan 1 Tahun 2023  
PT. Matahari Dept Store CCM**

<b>No.</b>	<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>KETERANGAN</b>
1	Februari	20.746	Pengunjung
2	Maret	28.036	Pengunjung
3	April	96.681	Pengunjung
	Total Jumlah	145.463	Pengunjung

Sumber: Matahari Dept Store Cibinong City Mall

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Matahari Dept Store di Cibinong City Mall selalu terjadi kenaikan, hal ini menunjukkan adanya kepuasan dari pelanggan. Pelanggan yang puas terhadap suatu produk atau layanan akan datang kembali serta memberikan rekomendasi yang positif pada orang lain.

PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall harus memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Guna mempertahankan eksistensi dan kelangsungan hidupnya pada persaingan bisnis ritel yang ketat khususnya dikabupaten Bogor ini dapat dilakukan dengan cara menempatkan lokasi ditempat yang strategis sehingga mudah dijangkau dan melakukan promosi yang tepat dan informatif guna menarik perhatian pelanggan serta memberikan pelayanan yang berkualitas agar pelanggan merasa senang dan nyaman berbelanja di PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall. Melihat uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan mengambil judul “**Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Matahari Dept Store di Cibinong City Mall**”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan di lapangan, maka beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Lokasi yang saling berdekatan dengan para pesaing.
2. Kurangnya promosi yang dilakukan.
3. Kualitas layanan yang masih harus diperhatikan.
4. Membuat pelanggan puas berbelanja PT. Matahari *Departement Store* di Cibinong City Mall.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Hasil identifikasi masalah pada PT Matahari *Department Store* di Cibinong City Mall menunjukkan bahwa permasalahan cukup banyak. Dalam hal ini penulis membatasi masalah yang diteliti hanya tentang pengaruh Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Matahari *Department Store* di Cibinong City Mall. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di obyek penelitian.

### **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka di dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan lokasi, promosi dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall?
2. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall?
3. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall?
4. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui secara simultan lokasi, promosi dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall.
2. Untuk mengetahui secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall.
3. Untuk mengetahui secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Matahari *Department Store* Cibinong City Mall.

4. Untuk mengetahui secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Matahari Departement Store Cibinong City Mall.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Sejalan dengan tujuan penelitian tersebut, kegiatan penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang pengaruh kepuasan pelanggan di PT. Matahari Dept Store di Cibinong City Mall.
2. Bagi peneliti, untuk menambah pengalaman dan pengetahuan secara teoritik maupun praktikum.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademi yang ingin melakukan penelitian sebelumnya, khususnya yang berkaitan dengan masalah Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Matahari Dept Store di Cibinong City Mall.
4. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk sumber referensi bagi pemodal atau investasi bisnis PT. Matahari Dept Store di Cibinong City Mall.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu:

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

#### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

### **BAB III        METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

### **BAB IV        HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

### **BAB V        SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.