

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berkembangnya bisnis ritel, terutama di Indonesia memang banyak dipengaruhi oleh perubahan perilaku belanja konsumen, di mana motivasi untuk berbelanja telah melampaui kebutuhan fungsional produk dan mulai terarah pada motif emosional serta gaya hidup. Fenomena ini sejalan dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat, kemudahan akses informasi, serta pengaruh media sosial yang mendorong konsumen untuk mencari pengalaman berbelanja yang lebih dari sekedar transaksi jual beli.

Transformasi ritel ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat saja, akan tetapi juga memberikan ruang bagi masyarakat untuk mengekspresikan identitas dan gaya hidup mereka. Dengan demikian, ritel modern menjadi lebih dari sekedar tempat belanja serta menjadi pusat pengalaman yang memberikan nilai tambah bagi konsumen di berbagai aspek kehidupan.

Ritel mencakup semua jenis bisnis yang fokus pada strategi pemasaran mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akhir. Ini dilakukan melalui kegiatan penjualan barang dan jasa, yang menjadi bagian utama dari proses distribusi. Dengan kata lain, ritel adalah bisnis yang mendagangkan komoditas dan pelayanan kepada pelanggan untuk kepentingan mereka sendiri, keluarga, atau rumah tangga (Sunyoto, 2022).

Bisnis ritel merupakan jenis usaha yang mendagangkan bahan maupun pelayanan pada saat itu juga pada pelanggan terakhir. Dalam konteks ini, ritel meliputi seluruh aktivitas dengan kontribusinya pada penjualan komoditas dari produsen maupun distributor pada pelanggan. Bisnis ritel berfungsi sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, menyediakan akses bagi konsumen untuk mendapatkan barang yang mereka butuhkan.

Produk yang dijual pada bisnis ritel terbagi menjadi tiga jenis, diantaranya produk retail produk atau barang, ritel layanan jasa, dan ritel *non-store* yang memanfaatkan media untuk promosi terhadap produk yang disediakan. Strategi yang diterapkan dalam bisnis ritel dilakukan oleh pemilik bersama dengan *supervisor*. Mereka bekerja sama untuk mendorong inovasi di semua aspek Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkontribusi pada cara kerja ritel. Ini mencakup pengelolaan persediaan barang, penetapan harga, penggunaan teknologi, pemilihan media promosi, pengelolaan keuangan, dan penyediaan pelayanan yang berkualitas.

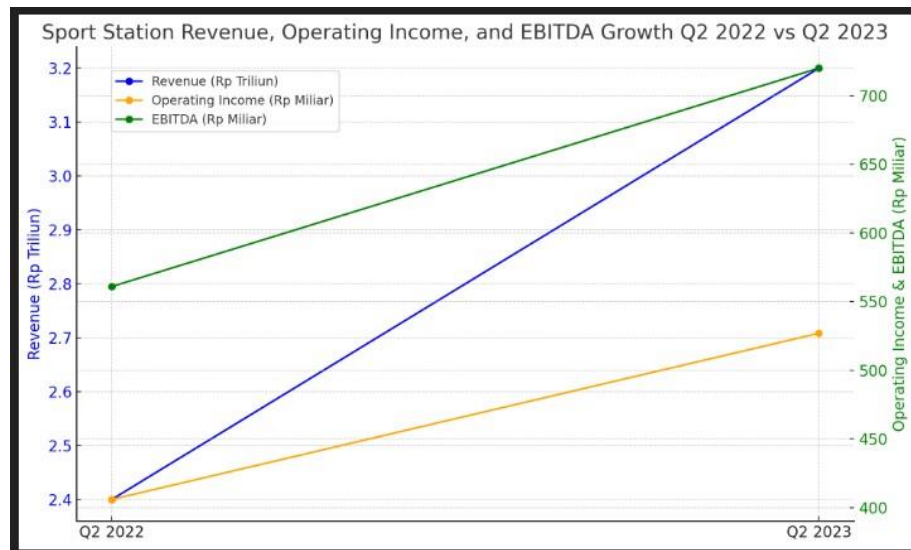
Bisnis ritel barang atau produk menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dalam berbelanja salah satu contoh kebutuhan perlengkapan olahraga mulai dari sepatu, baju olahraga, dan berbagai macam barang bermerek. Sports Station menyediakan kebutuhan masyarakat untuk melakukan olahraga, Sports Station didirikan oleh PT Mitra Adiperkasa Tbk merintis toko pertamanya di Indonesia pada tahun 1995.



**Gambar 1. 1 Toko Sports Station Galaxy Mall Surabaya**

*Sumber: dokumen pribadi (2024)*

Berdasarkan informasi yang dipublikasikan oleh *website* resmi Sports Station diperoleh per Desember 2021, MAPA cabang usaha dari PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPA), menjalankan 1.128 gerai yang tersebar di 78 kota di seluruh Indonesia serta memajemen lebih dari 40 merek mewah. Tiga lini bisnis utamanya meliputi produk Olahraga, Sepatu Olahraga, dan Sepatu Anak. MAPA menjalankan konsep ritel multi-merek meliputi Planet Sports Asia, *Foot Locker*, Sports Station, *Golf House*, *Royal Sporting House*, *Kidz Station*, *Planet Sports Kids*, dan beragam jenis lainnya. Adapun pendapatan saham yang diperoleh dalam 2022-2023.

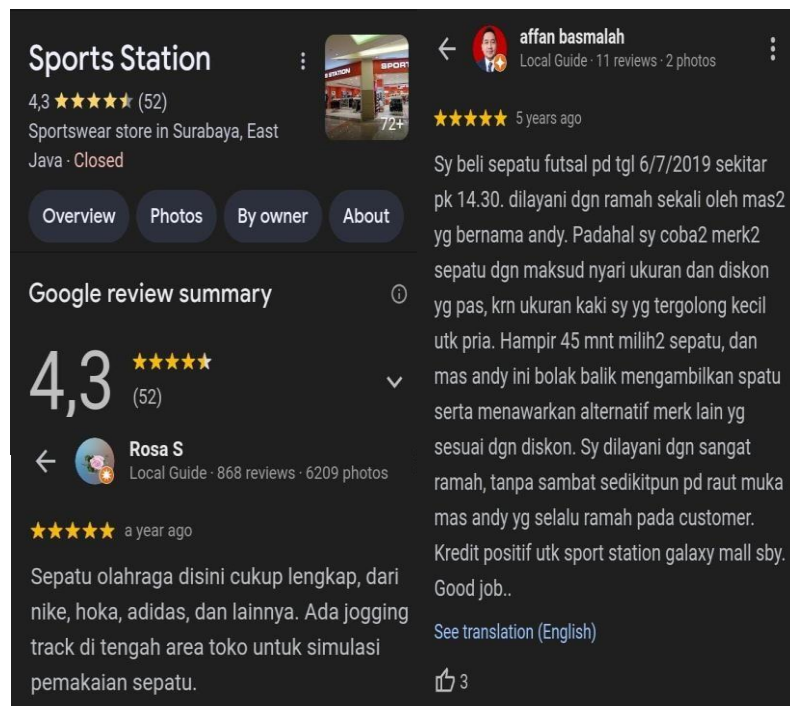


**Gambar 1. 2 Perkembangan Pendapatan PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA)**

*Sumber : Bisnis.com*

Berikut adalah grafik pertumbuhan Pendapatan (*Revenue*), Laba Operasional (*Operating Income*), dan *Earning Before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization* (EBITDA) Sports Station pada kuartal kedua tahun 2022 dibandingkan dengan kuartal kedua tahun 2023. Grafik ini menunjukkan peningkatan signifikan di ketiga metrik, dengan pendapatan yang mencapai Rp3,2 triliun pada kuartal kedua 2023, dan EBITDA yang mencapai Rp720 miliar.

Satu di antara kota di Indonesia yang dijadikan sasaran penjualan Sports Station adalah kota Surabaya, Jawa Timur. Terdapat 14 toko Sports Station salah satunya terdapat di Sports Station Galaxy Mall.



**Gambar 1. 3 Rating Ulasan Sports Station Galaxy Mall Surabaya**

Keragaman produk merupakan sebuah rancangan dan pengelolaan ragam produk dalam satu kelompok (Anam, 2020). Salah satu daya tarik utama dalam ritel adalah keragaman produk karena memungkinkan pelanggan menemukan berbagai pilihan barang yang relevan dengan keperluan serta angan pada satu tempat. Toko yang menawarkan produk yang beragam tidak hanya menarik perhatian pelanggan tetapi juga memberikan mereka pengalaman belanja yang lebih fleksibel dan efisien. Keragaman produk memungkinkan pelanggan untuk memilih produk sesuai dengan preferensi pribadi mereka, baik dari segi merek, kualitas, harga, maupun fitur-fitur tertentu. Dengan banyaknya pilihan produk, pelanggan bisa memenuhi kebutuhan mereka tanpa harus mengunjungi berbagai toko. Toko yang menawarkan keragaman produk mampu menarik bermacam target pasar sesuai keperluan serta berbagai anggaran.

*Store atmosphere* yang berarti keadaan toko yakni suasana didalam toko yang diwujudkan melalui elemen-elemen yang berwujud dan sensorik dalam memengaruhi pengalaman berbelanja pelanggan, meliputi desain dan *layout*, penerangan, warna dan dekorasi, nyanyian latar, wewangian, serta kebersihan dan kerapihan (Saputra, 2022). *Store atmosphere* dengan tata kelola positif memberikan keuntungan besar dalam membangun pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan efektif untuk meningkatkan loyalitas serta memaksimalkan hasil penjualan.

Kualitas pelayanan tingkat kemampuan suatu bisnis dalam memberikan layanan yang memuaskan terhadap pelanggan, memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan, termasuk sikap ramah, kecepatan dan ketepatan layanan, serta pengetahuan staf tentang produk. Layanan yang bermutu menjadi hal yang krusial karena berefek besar pada kebahagiaan dan loyalitas pelanggan, serta reputasi bisnis secara keseluruhan (Millah, 2020). Kualitas pelayanan adalah faktor penting dalam keberhasilan bisnis, karena pelayanan yang bermutu berefek pada perasaan positif yang mendalam, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mendorong pertumbuhan bisnis.

Dampak dari beraneka ragam produk, *store atmosphere*, serta mutu layanan pada kepuasan pelanggan menjadi aspek yang bernilai pada taktik pemasaran dan manajemen ritel. Masing-masing elemen ini membantu mewujudkan pengalaman bertransaksi yang positif untuk pelanggan, sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan serta loyalitas terhadap toko. Kepuasan pelanggan yakni derajat kepuasan atau suasana hati pelanggan sesudah menggunakan

sebuah barang maupun layanan dengan membandingkan antara hal yang didapatkannya dengan hal yang diharapkannya, baik dalam kualitas produk maupun penggunaan layanan secara keseluruhan.

Selaras dengan Fatihudin dan Firmansyah (2019) memaparkan yakni rasa puas pelanggan merupakan perkiraan sejauh apa pengguna produk atau layanan merasa senang dengan apa yang telah diterimanya, di mana hal itu menjadi buah dari perpaduan ekspektasi serta pengalaman. Kepuasan pelanggan ini bersifat subjektif karena setiap pelanggan memiliki ekspektasi yang berbeda-beda.

Berdasarkan ulasan yang diperoleh dari *google* mengenai Sports Station Galaxy Mall Surabaya, menurut salah satu pelanggan menyatakan bahwa Sports Station Galaxy Mall Surabaya memiliki pelayanan yang sangat bagus. Di mana saat pelanggan tersebut kesulitan menemukan ukuran pada sepatu yang disukainya, tim dari Sports Station Galaxy Mall Surabaya bergegas mencarikannya bahkan menghubungi pihak Sports Station cabang lain untuk mencarikan sepatu dengan ukuran yang sesuai dengan pelanggan tersebut. Karena memiliki kesan baik terhadap pelayanan yang diberikan Sports Station Galaxy Mall Surabaya, membuat pelanggan tersebut merasa puas atas layanan yang diberikan serta produk yang didapatkannya sesuai dengan apa yang diinginkannya.

Berbeda dengan pelanggan sebelumnya, salah satu pelanggan lainnya justru mendapatkan kesan yang kurang baik dari Sports Station Galaxy Mall Surabaya. Di mana pelanggan tersebut merasa kecewa karena tidak

mendapatkan pelayanan yang baik dari tim Sports Station Galaxy Mall Surabaya yang saat itu sedang bertugas. Selain merasa kecewa, hal ini membuat pelanggan tersebut merasa kecewa dan sangat tidak puas atas layanan yang diberikan serta menyatakan bahwa tidak akan mendatangi Sports Station Galaxy Mall Surabaya.

Penelitian ini dilakukan pada Sports Station Galaxy Mall Surabaya karena lokasi ini merupakan salah satu gerai utama dari jaringan Sports Station di Surabaya yang memiliki tingkat kunjungan tinggi dan beragam segmen pelanggan. Galaxy Mall Surabaya dikenal sebagai pusat perbelanjaan dikawasan Surabaya Timur yang premium dengan daya tarik konsumen yang luas sehingga relevan untuk mengkaji aspek-aspek mencakup keragaman produk, *store atmosphere*, maupun kualitas pelayanan dalam mengimbasi kepuasan pelanggan. Pemilihan lokasi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang representatif mengenai perilaku pelanggan dalam konteks ritel modern di kota besar seperti Surabaya.

Berpedoman pada paparan sebelumnya, penulis hendak melakukan studi riset berkenaan dengan faktor-faktor yang berdampak pada keputusan transaksi pelanggan pada Sports Station Galaxy Mall Surabaya yang bertajuk **”Pengaruh Keragaman Produk, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sports Station Galaxy Mall Surabaya”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**



Sehubung dengan dasar konteks yang tertera di atas, disusun rumusan masalah yang akan dikaji pada riset ini yaitu:

1. Apakah keragaman produk, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Sports Station Galaxy Mall Surabaya?
2. Apakah keragaman produk, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Sports Station Galaxy Mall Surabaya?

### **1.3 Tujuan**

Berpedoman pada perumusan masalah, tujuan yang ingin diraih dari riset ini, yakni:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh secara simultan keragaman produk, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sports Station Galaxy Mall Surabaya.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh secara parsial keragaman produk, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sports Station Galaxy Mall Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui riset ini, dimaksudkan mampu memperluas cakrawala pengetahuan serta memberikan manfaat, yakni:

1. Mampu membagikan data bagi Sports Station dalam meningkatkan strategi bisnis dengan memahami dampak dari keanekaragaman produk, *store atmosphere*, serta mutu layanan pada kepuasan pelanggan.
2. Riset ini diharapkan bisa menjadi referensi yang berguna bagi riset yang akan dilaksanakan ke depannya mengenai selanjutnya mengenai dampak keragaman produk, *store atmosphere*, serta kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan.