

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya pendapatan masyarakat, maka meningkat pula permintaan konsumen terhadap kebutuhan barang. Potensi tersebut yang mendorong tumbuh dan berkembangnya bisnis, diantaranya bisnis ritel di berbagai tempat. Banyaknya persaingan di industri ritel membuat semakin ketat, mendorong para pemain di industri untuk terus bersaing untuk menjaga toko mereka tetap terbuka dan berusaha untuk mendominasi pasar dengan mengembangkan strategi kompetitif yang dapat menarik perhatian pelanggan dan minat mereka untuk membuat pembelian.¹

Banyaknya swalayan maupun yang sejenis dapat memberi kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ke tempat lain. Beberapa swalayan grosir yang cukup bersaing di Kabupaten Pati seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1. Data Swalayan di Kabupaten Pati

No	Nama Swalayan	Alamat
1	Swalayan Surya Baru	Jl. Jendral Sudirman No 148-150, Pati Kidul, Kec. Pati
2	Swalayan Luwes	Jl. Dr. Sutomo, Pati Kidul, Kec. Pati
3	Swalayan ADA	Jl. Pemuda No.302 A, Sidoharjo, Kec. Pati

Berdasarkan tabel 1.1, terlihat bahwa di Kabupaten Pati terdapat tiga swalayan grosir yang cukup bersaing. Persaingan tersebut juga telah mengarahkan masing-masing swalayan untuk mendiferensiasikan diri dengan pesaingnya. Dalam hal ini, menuntut pihak manajemen swalayan menampilkan strategi pemasaran yang kuat, sehingga tetap melekat di hati konsumen. Selain itu, bertujuan agar konsumen mendapat rasa kepuasan dan memberikan kontribusi yang positif bagi swalayan. Terdapat dampak positif dalam hal kepuasan konsumen yaitu terciptanya loyalitas pelanggan atau konsumen.

Menetapkan rencana harga merupakan suatu langkah agar bisa diambil peritel dalam upaya untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar pembeli untuk

¹ Siti Masrokhah & Santi Suciningtyas, “Analisis Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen di Yogya Mall Pemalang”, *Syntax Idea* 1, No. 2 (2019): 70.

membeli suatu produk.² Harga yang terbilang murah atau harga yang terjangkau merupakan katalis untuk keberhasilan pemasaran yang lebih baik.³ Tetapi bisnis terkadang membebankan biaya yang terlalu tinggi untuk memberi kesan bahwa barang tersebut memiliki kualitas yang unggul.

Dengan menciptakan lingkungan yang baik bagi pelanggan saat mereka berada di toko, pengecer dapat mendorong mereka untuk melakukan pembelian sebagai bagian dari upaya mereka untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. *Store atmosphere* merupakan suasana toko yang bisa mempengaruhi kesan dan perasaan pelanggan tentang hal itu dengan merangsang panca indera mereka..⁴

Sangat penting bagi pedagang untuk menyediakan berbagai barang untuk memenuhi keinginan dan keinginan pelanggan. Keanekaragaman produk mengacu pada berbagai hal yang mungkin dapat disediakan oleh penjual tertentu kepada pelanggan.⁵ Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan penjualannya dari waktu ke waktu sangat bergantung pada loyalitas pelanggannya, yang sering melakukan pembelian ulang. Promosi dan loyalitas pelanggan akan dipengaruhi oleh ragam produk yang beragam, yang akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.⁶

Konsumen memutuskan untuk tetap loyal dalam melakukan pembelian karena sebagian besar konsumen tertarik pada harga, keberagaman produk, suasana toko, serta kualitas pelayanan. Berikut ini ringkasan observasi awal terkait perbandingan masing-masing swalayan terkait harga, keberagaman produk, suasana toko, serta kualitas pelayanan.

² Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 74.

³ Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 11.

⁴ Michael Levy & Barton A. Weitz, *Retailing Management Information Center*, (New York: McGraw Hill Higher Education, 2015), 12.

⁵ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Op. Cit*, 15.

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 42.

Tabel 1.2. Ringkasan Observasi Awal Perbandingan Antar Swalayan

Faktor	Nama Swalayan		
	Swalayan Surya Baru	Swalayan Luwes	Swalayan ADA
Harga Produk			
Sabun Batang	Rp 2.100 – Rp 6.500	Rp 2.800 – Rp 7.100	Rp 2.400 – Rp 5.750
Sabun Cuci Baju	Rp 15.200 – Rp 46.500	Rp 17.600 – Rp 52.400	Rp 11.200 – Rp 50.500
AMDK 330ml	Rp 1.700 – Rp 3.000	Rp 2.200 – Rp 3.500	Rp 2.100 – Rp 3.500
Beras C4 5kg	Rp 44.000	Rp 55.600	Rp 48.800
Minuman Instan	Rp 1.000 – Rp 42.500	Rp 2.200 – Rp 45.400	Rp 2.100 – Rp 32.800
Makanan Instan	Rp 500 – Rp 42.500	Rp 3.300 – Rp 51.500	Rp 1.550 – Rp 31.700
Kesimpulan	Paling murah	Cukup mahal	Cukup murah
Suasana Toko			
Musik	Nyaman ditelinga	Nyaman ditelinga	Tanpa musik
Aroma Ruangan	Kurang Sedap	Sedap	Tanpa aroma
Tata Ruang	Tertata rapi	Tertata rapi	Tertata rapi
Pendingin Ruang	AC	AC	Kipas Angin
Kesimpulan	Cukup nyaman	Paling nyaman	Kurang nyaman
Keberagaman Produk			
Merk produk	Lengkap	Cukup lengkap	Lengkap
Ukuran produk	Lengkap	Lengkap	Cukup lengkap
Kesimpulan	Beragam	Cukup beragam	Cukup beragam
Kualitas Pelayanan			
Karyawan	Cekatan, Ramah, & Tanggap	Cekatan, Ramah, & Tanggap	Cekatan & Tanggap
Kebersihan dan kerapian	Bersih dan Rapi	Bersih dan Rapi	Bersih dan Rapi
Kesimpulan	Baik	Baik	Cukup Baik

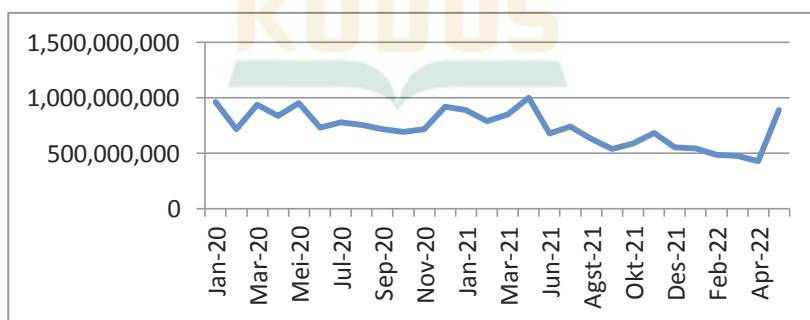
Berdasarkan tabel 1.2 dapat diasumsikan bahwa dalam faktor harga, keberagaman produk, suasana toko, serta kualitas pelayanan swalayan yang paling menonjol yaitu Swalayan Surya Baru. Untuk mengetahui lebih dalam mengenai faktor tersebut dari sudut pandang konsumen, maka dilakukan prasarvei untuk mengetahui fenomena yang terjadi. Prasarvei ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 20 konsumen yang merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian di swalayan Surya Baru lebih dari dua kali.

Berdasarkan hasil prasarvei, diketahui bahwa mayoritas sebanyak 11 orang konsumen memiliki persepsi harga yang baik terhadap Swalayan Surya Baru. Mayoritas sebanyak 17 orang konsumen menyatakan produk yang ditawarkan Swalayan Surya Baru sangat beragam dari segi merk maupun ukuran. Keberagaman produk menjadi faktor penentu konsumen tetap loyal dalam melakukan pembelian. Mayoritas sebanyak 15 orang konsumen merasakan kenyamanan saat melakukan pembelian di Swalayan Surya Baru. Kenyamanan yang dirasakan konsumen meliputi kenyamanan dalam suara, aroma, rapinya etalase, dan suhu udara.

Swalayan Surya Baru yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman No 148-150, Pati Kidul, Kec. Pati, termasuk ritel yang menjual beranekaragam produk dibandingkan dengan ritel sejenis yang terletak di daerah Kecamatan Pati. Swalayan Surya Baru menyediakan berbagai macam kebutuhan konsumen sehari-hari seperti sembako, makanan dan minuman ringan, perlengkapan bayi, produk kecantikan, dan lain sebagainya. Toko ritel ini memanjakan konsumen dengan sistem swalayan, memberikan nuansa toko yang nyaman, dan kualitas produk yang sama dengan pesaing tetapi dari segi harga tetap terjangkau.

Loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk merupakan suatu tantangan dan masalah yang dihadapi oleh Swalayan Surya Baru. Hal ini terjadi karena menyangkut pada keberlangsungan usaha akibat adanya saingan dengan bisnis yang sama. Faktor tersebut yang menyebabkan pengelola untuk senantiasa meningkatkan suatu strategi pemasaran yang tepat melalui perilaku konsumen. Konsumen yang telah merasa nyaman dengan unsur pokok pemasaran akan memunculkan suatu kepercayaan dalam diri konsumen yang menyebabkan hadirnya sebuah loyalitas.⁷

Besarnya penjualan menentukan bagaimana loyalitas pelanggan diimplementasikan. Kuantitas penjualan dan pendapatan yang dihasilkan akan dipengaruhi oleh banyaknya pelanggan setia yang memilih untuk tetap berbelanja di Supermarket Surya Baru, begitu juga sebaliknya. Tabel di bawah ini adalah penjualan yang dihasilkan oleh Swalayan Surya Baru antara Januari 2020 hingga Mei 2022.



Gambar 1.1. Grafik Penjualan Swalayan Surya Baru Bulan Januari 2020-Mei 2022

⁷ Ova Pasianus & Any Agus Kana, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* Pada Swalayan Pamella Enam Yogyakarta”, *Cakrawanga Bisnis* 2, No. 2 (2021): 203.

Swalayan Surya Baru telah melakukan langkah-langkah sebagaimana teori yang diuraikan di atas, yaitu dengan menetapkan strategi harga, memberikan suasana toko yang menyenangkan, dan menawarkan produk beragam. Hal tersebut sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen Swalayan Surya Baru. Namun kenyataannya, berdasarkan gambar 1.1, penjualan yang dihasilkan tidak konsisten atau naik turun, bahkan pada bulan Desember 2021 sampai April 2022, penjualan mengalami penurunan yang signifikan. Penelitian yang dilakukan Siti Masrokhah dan Santi Suciningtyas membuktikan bahwa persepsi harga, keragaman produk, dan suasana toko berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen.⁸ Hal berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Fakhruddin Mudzakkir yang menyatakan temuan bahwa banyaknya pilihan produk akan menimbulkan kebingungan, frustrasi, dan konflik saat konsumen mengambil keputusan sehingga konsumen enggan menjadi konsumen yang loyalitas dalam pembelian ulang.⁹

Semakin lama klien tetap menjadi pelanggan setia suatu bisnis, semakin banyak keuntungan yang diterima bisnis dari pelanggan tersebut. Loyalitas pelanggan menawarkan keuntungan jangka panjang dan kumulatif. Loyalitas konsumen muncul dari percobaan produk awal yang ditingkatkan dengan kepuasan, menghasilkan pembelian berulang. Secara alami, pembelian kembali pelanggan akan meningkatkan volume penjualan, yang akan meningkatkan keuntungan toko.¹⁰

Harapan pelanggan, yang merupakan perkiraan atau pandangan konsumen tentang apa yang akan dia dapatkan, merupakan kerangka keseluruhan kepuasan konsumen. Harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman pembelian sebelumnya, referensi dari teman, dan janji perusahaan. Pemilik perusahaan harus menyadari unsur-unsur yang dapat memuaskan pelanggan baik dari segi kualitas kinerja, fitur, dan karakteristik serta ketergantungan, spesifikasi, daya tahan, estetika, dan kualitas.¹¹ Hubungan positif antara pelaku perusahaan dan pelanggan, fondasi yang kokoh untuk bisnis yang berulang, dan

⁸ Siti Masrokhah & Santi Suciningtyas, *Op. Cit.*, 70.

⁹ Mohammad Fakhruddin Mudzakkir, "Pengaruh Keragaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang", *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 4, No. 10 (2018): 104.

¹⁰ Rahayu Lestari & Elwisan, "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Hypermarket Giant Tangerang dan Tangerang Selatan", *Jurnal Manajemen Perbankan* 4, No. 2 (2018): 64.

¹¹ *Ibid*, 48-49.

peningkatan loyalitas pelanggan hanyalah beberapa keuntungan yang dapat dihasilkan dari peningkatan kebahagiaan konsumen.

Kesenjangan penelitian yang ditemukan antara lain keragaman produk dan persepsi harga, menurut penelitian Rena Febrita Sarie, tidak terlalu berpengaruh terhadap kebahagiaan pelanggan.¹² Siti Masrokhah & Santi Suciningtyas mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh variasi produk dan persepsi harga, yang keduanya memiliki dampak yang menguntungkan.¹³ Siti Maimunah mengemukakan persepsi harga memiliki dampak negatif pada loyalitas pelanggan tetapi dampak positif yang sangat besar pada kepuasan pelanggan.¹⁴ Tjandra Gunawan, Fathorrahman, & Yunus Handoko menyatakan bahwa lingkungan toko tidak banyak berdampak pada loyalitas pelanggan.¹⁵ Menurut Fandi Ardiansyah dan Kartini Aprianti, variasi produk berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan.¹⁶ Dhean Arfia Sabriana & Nur Laily mengemukakan dampak penetapan harga pada loyalitas pelanggan menguntungkan dan substansial.¹⁷

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan tersebut, menjadikan ketertarikan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening dalam Perspektif Islam (Studi Kasus pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati)”**.

B. Rumusan Masalah

Menurut uraian latar belakang masalah tersebut, maka dapat di rumuskan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimanakah pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati?

¹² Rena Febrita Sarie, “Analisis Pengaruh Keberagaman Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermartket Pakuwon Supermall di Surabaya”, *Jurnal Relasi* 14, No. 2 (2018): 149.

¹³ Siti Masrokhah & Santi Suciningtyas, *Op. Cit.*, 68.

¹⁴ Siti Maimunah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen”, *Jurnal Iqtishadequity* 1, No. 2 (2019): 57.

¹⁵ Tjandra Gunawan, Fathorrahman, & Yunus Handoko, “Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan Atas Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 7, No. 2 (2019): 189.

¹⁶ Fandi Ardiansyah & Kartini Aprianti, “Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Brand* 2, No. 2 (2020): 163.

¹⁷ Dhean Arfia Sabriana & Nur Laily, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 11, No. 6 (2022): 1.

2. Bagaimanakah pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati?
3. Bagaimanakah pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati?
4. Bagaimanakah pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati?
5. Bagaimanakah pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati?
6. Bagaimanakah pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati?
7. Bagaimanakah pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati?
8. Bagaimanakah pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati?
9. Bagaimanakah pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati.

7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati.
9. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu di bidang strategi pemasaran serta menjadi bahan kajian terkait pengaruh persepsi harga, keberagaman produk, dan *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen dengan kualitas pelayanan sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Swalayan Surya Baru Kabupaten Pati

Hasil penelitian ini sebagai salah satu bahan evaluasi agar memperoleh informasi mengenai faktor-faktor yang berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

b. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan serta sumber informasi untuk dapat lebih dikembangkan dalam penelitian yang terkait loyalitas konsumen

E. Sistematika Penulisan

Proposal penelitian ini terdiri dari tiga bab dengan sistematika penulisan yang dijabarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang pemaparan teori terkait variabel persepsi harga, keberagaman produk, *store atmosphere*, loyalitas konsumen, kualitas pelayanan, rangkuman penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian meliputi jenis dan pendekatan, setting penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini meliputi gambaran objek dan subjek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data, serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bagian ini meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian, serta saran.

