

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia industri *personal care* menunjukkan berjalan dengan begitu pesat sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat. Hal ini pun menuntut para pelaku bisnis untuk lebih kreatif dan memiliki keunggulan kompetitif dibanding dengan para kompetitornya. Industri *personal care* merupakan salah satu dari sekian banyak industri yang mengalami persaingan yang sangat ketat. Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk bisa menciptakan suatu keunikan tersendiri yang positif. Perusahaan yang bergerak dalam memproduksi kebutuhan-kebutuhan masyarakat, diantaranya yang paling dibutuhkan masyarakat yaitu produk-produk perawatan diri (*personal care*).

Pelaku bisnis yang bergerak dalam industri *personal care* telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 mengenai perdagangan. Peraturan Menteri Perdagangan tersebut tertuang dalam pasal 1 ayat 3 yang menjelaskan bahwa perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.

Perkembangan dalam kategori ini, dewasa ini masyarakat sudah menyadari pentingnya akan kesehatan dan kebersihan tubuh atau kesadaran dalam berpenampilan, sehingga seiring berjalannya waktu perusahaan dituntut untuk menciptakan suatu keunikan tersendiri yang positif agar bisa unggul diantara para

pesaing yang mengalami persaingan yang sangat ketat. Perusahaan terus mengeluarkan produk *personal care* yang dapat menunjang dalam berpenampilan, meliputi beberapa kategori besar seperti sabun cair, sabun pembersih wajah, penataan rambut, rangkaian perawatan bayi, dan *Men's Grooming*. Kategori ini dipilih karena memiliki pertumbuhan yang cukup tinggi dan ukuran pasar yang terus berkembang pada setiap tahunnya.

Jumlah penduduk di Kota Bandung pada tahun 2017 sebanyak 2.490.622 juta jiwa dengan berbagai rentang usia atau umur. Dengan jumlah penduduk yang besar maka sebanyak itu pula masyarakat yang memerlukan dan memenuhi kebutuhan produk *personal care*. Dapat dilihat pada tabel 1.1 :

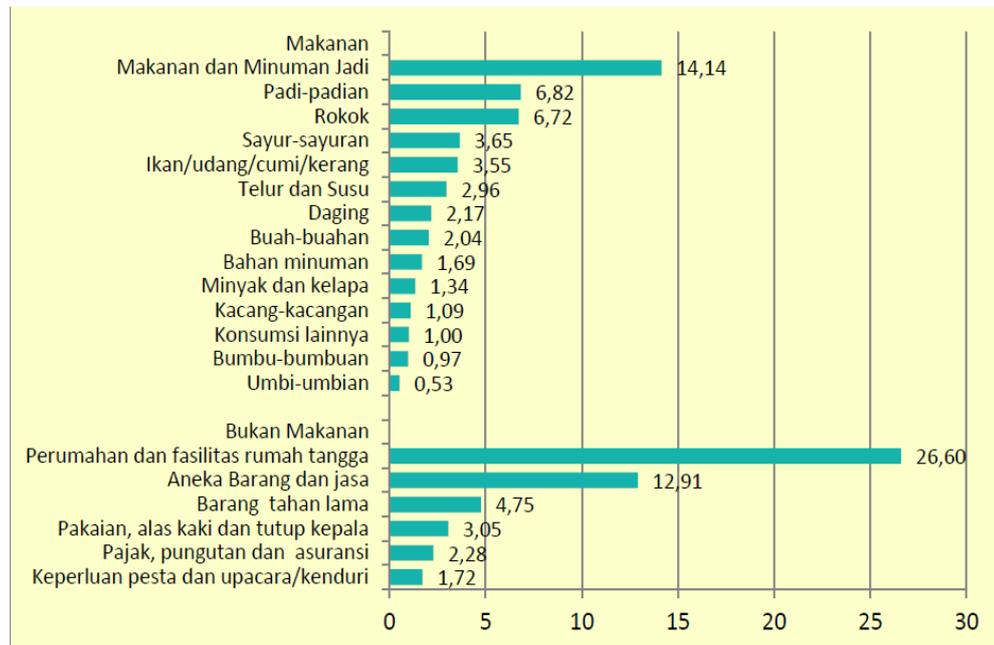
TABEL 1.1
Jumlah Penduduk Kota Bandung Tahun 2013 – 2017

Tahun	Jumlah Penduduk	Persentase
2013	2.444.617	↑
		0,57%
2014	2.458.503	↑
		0,50%
2015	2.470.802	↑
		0,43%
2016	2.481.469	↑
		0,37%
2017	2.490.622	↑

Sumber : www.bandung.go.id

Jumlah penduduk di Kota Bandung yang tinggi, maka kebutuhan masyarakat tinggi pula yang harus terpenuhi. Pendapatan yang diterima rumah tangga dapat menggambarkan tingkat kesejahteraan rumah tangga tersebut. Untuk itu, dilakukan pendekatan melalui data pengeluaran rumah tangga. Data pengeluaran rumah tangga dapat dibedakan menurut kelompok makanan dan bukan

makanan, kedua kelompok tersebut dapat menggambarkan bagaimana rumah tangga memenuhi atau mengalokasikan kebutuhan rumah tangganya.



Sumber : Badan Pusat Statistik, Susenas, tahun 2016

GAMBAR 1.1
Persentase Rata-rata Pengeluaran Per Kapita
Per Bulan Menurut Kelompok Barang di Indonesia Tahun 2016

Gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa, persentase rata-rata pengeluaran per kapita sebulan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan makanan sebesar (14,14%) masih lebih kecil dibandingkan dengan pengeluaran untuk bukan makanan sebesar (26,60%). Tiga pengeluaran lainnya yaitu untuk perumahan dan fasilitas rumah tangga sebesar (12,91%), makanan dan minuman sebesar (14,14%) dan pengeluaran untuk aneka barang dan jasa sebesar (12,91%). Maka, kebutuhan masyarakat yaitu produk *personal care* yang termasuk kedalam fasilitas rumah tangga yang memiliki persentase yang tinggi dibanding yang lain. Perusahaan harus berusaha dalam menampilkan berbagai jenis produk dan kelengkapan produk yang

ditawarkan dalam menarik perhatian pelanggan, dengan sistem jaringan pemasaran atau distribusi yang diperluas dan terus menerus diperbaharui.

Berkenaan dengan hal tersebut, terdapat Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 mengenai penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 39/M-DAG/PER12/2011 dan menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 48/M-DAG/PER/8/2013 mengenai Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Distribusi Perdagangan. Maka dari itu, untuk setiap usaha yang didirikan, perusahaan atau toko harus memiliki Surat Izin Usaha dari pemerintahan Indonesia.

Banyaknya toko yang menyediakan kebutuhan konsumen di pasaran tentunya membuat konsumen melakukan pertimbangan sebelum memilih tempat untuk berbelanja sehingga konsumen dapat melakukan pembelian secara berulang. Dengan hal ini, perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat sehingga toko dapat memiliki identitas pembeda yang jelas dengan pesaing. Berikut adalah daftar toko *personal care* dan kosmetik di Kota Bandung :

TABEL 1.2
Daftar Jumlah Penjualan Per Hari Pada Setiap Toko *Personal Care* di Kota Bandung

No	Nama Toko	Jumlah Penjualan/hari (Rp)
1	Toko Mahmud	800-900 Juta
2	Toko Rama Shinta	55-65 Juta
3	Toko Aneka Sukajadi	40-55Juta
4	Toko Jelita Andir	30-47 Juta
5	Toko Rame Bandung	35-45 Juta
6	Toko Cantik	27-39 Juta
7	Toko Diniibu	25-35 Juta
8	Toko Jopankar	20-25 Juta
9	Toko Nikita Bandung	11-13 Juta

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti

Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa, dengan banyaknya toko-toko yang menyediakan perawatan diri (*Personal Care*) yang beredar di pasaran, dapat memberikan keleluasan bagi konsumen untuk memilih toko yang sesuai dengan keinginannya. Dari 9 (sembilan) toko yang telah diteliti peneliti, Toko Nikita berada pada peringkat terakhir, dengan jumlah penjualan yang rendah. Pada kategori ini perusahaan menghadapi persaingan yang makin kompetitif sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat di pasar yang sangat sesak (*hypercompetition*) dan bagi peneliti hal tersebut merupakan sebuah daya tarik minat untuk diteliti lebih lanjut. Melihat hal tersebut, tampaknya dimanfaatkan oleh para industri *personal care* yang dapat melihat keuntungan dari fenomena tersebut, maka dari itu lahirlah berbagai toko dalam menyediakan kebutuhan konsumen yang bersaing dalam mengukuhkan dan menempatkan posisi paling teratas. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan dalam memilih toko untuk membeli dan memenuhi kebutuhan konsumen, toko berusaha memberikan kenyamanan dalam berbelanja dan memenuhi kebutuhan konsumen, serta memberikan kepuasan dan kepercayaan diri pada masyarakat dengan baik.

Dalam memasok barang yang akan dijual hal tersebut telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan tentang ketentuan umum distribusi barang. Peraturan Menteri Perdagangan tersebut tertuang dalam pasal 1 ayat 10 menjelaskan bahwa agen adalah pelaku usaha distribusi yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas nama pihak yang menunjuknya berdasarkan perjanjian untuk melakukan kegiatan pemasaran dan dalam pasal 1 ayat 12 menjelaskan bahwa grosir adalah pelaku usaha distribusi yang menjual berbagai macam barang dalam partai besar dan tidak secara eceran.

TABEL 1.3
Persentase Penjualan Toko Nikita Berdasarkan Divisi Pada Tahun 2017

NO	Jenis Produk	Persentase Penjualan (%)
1	<i>Decoratif</i>	22%
2	<i>Accessories</i>	21%
3	<i>Face care</i>	20%
4	<i>Body care</i>	11%
5	<i>Deodorant</i>	9%
6	<i>Skin cleansing</i>	8%
7	<i>Hair care</i>	5%
8	<i>Oral</i>	3%
9	<i>Baby</i>	1%
Total		100%

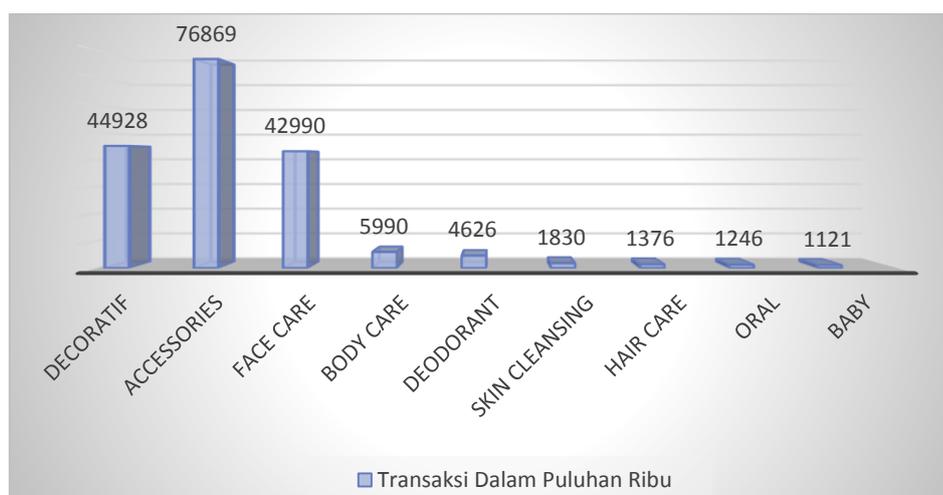
Sumber : Toko Nikita Bandung

Tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa di Toko Nikita Bandung terdapat permasalahan penjualan, dengan produk-produk yang disediakan oleh Toko Nikita Bandung, Toko Nikita memiliki permasalahan penjualan produk *baby* yang hanya menjual produk dengan persentase penjualan sebesar 1%. Salah satu penyebab terjadinya hal tersebut karena kurangnya kepuasan pada produk *baby* yang tidak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan tidak banyak memiliki berbagai jenis produk yang disediakan di toko.

Berkenaan dengan hal tersebut, toko harus berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan dimana kelengkapan produk dan kenyamanan toko diperhitungkan oleh pelanggan, agar pelanggan dapat kembali berbelanja karena merasa puas atas apa yang diberikan toko tersebut. Namun, masih ada saja pelanggan yang merasa tidak puas atas apa yang di berikan toko. Dengan ketidak puasan tersebut maka akan ada keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Tidak terkecuali untuk Toko Nikita Bandung jenis keluhan yang sering dirasakan oleh pelanggan biasanya berupa kelengkapan produk, pencahayaan toko dan tidak adanya kursi untuk

menunggu. Toko menjadikan tempat berbelanja yang mudah diakses dan terjangkau bagi pelanggan di mana pun tempat mereka tinggal, dan berinovasi untuk menghasilkan berbagai jenis produk-produk baru yang menjadikan hidup lebih baik dengan cara kebutuhan mereka dapat terpenuhi.

Pelanggan kini berperilaku lebih selektif dalam menentukan pilihannya dalam membeli suatu produk. Hal ini pun menjadi peluang bagi para pelaku usaha khususnya pada toko yang menjual produk *personal care* untuk terus meningkatkan penjualannya dengan menerapkan strategi yang tepat untuk mendapatkan hasil yang sesuai harapan. Dengan menyediakan produk yang lengkap sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan selera pelanggan mutlak diperlukan, jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan pelanggannya serta menumbuhkan permintaan produknya. Berdasarkan data persentase penjualan di Toko Nikita pada tahun 2017 menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan pada divisi *baby* dibandingkan dengan divisi lainnya. Berikut adalah data transaksi barang yang telah terjual di Toko Nikita Bandung tahun 2017.



Sumber : Toko Nikita Bandung

Gambar 1.2
Data Transaksi Barang yang Telah Terjual di Toko Nikita Bandung

Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa terdapat jumlah barang yang telah terjual di Toko Nikita Bandung pada tahun 2017. Jumlah transaksi yang rendah yaitu pada produk *baby*, dengan jumlah barang yang terjual sebanyak 1.121 item. berkenaan dengan hal tersebut terdapat masalah pada Toko Nikita Bandung. Dengan jumlah transaksi yang rendah hal tersebut menjadikan perusahaan perlu mencermati penyebab kepuasan dan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam melakukan pembelian berulang atau menjadi loyal.

Berdasarkan hal tersebut, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dominan dan mengetahui penyebab terjadinya fenomena yang terkait, yang mempengaruhi dalam melakukan pembelian berulang atau menjadi loyal, maka dilakukan survey dengan membagikan kuesioner kepada 30 responden yang merupakan konsumen di Toko Nikita Bandung. Survey pendahuluan ini dilakukan selama 1 hari pada tanggal 26 Januari 2018. Berikut ini merupakan hasil dari survey pendahuluan yang dilakukan penulis :

TABEL 1.4
Hasil Pra-Survey Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Toko Nikita Bandung

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Rata-rata	Ket.
Loyalitas Pelanggan								
1	Saya akan melakukan pembelian ulang di Toko Nikita	0	7	11	2	10	2,5	Tidak Baik
2	Saya tidak akan berpaling ke toko yang lain	3	2	5	8	12	2,2	Tidak Baik

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Oleh Penulis tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.4 di atas, dapat diketahui bahwa hasil survey penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di Toko Nikita Bandung memperoleh nilai terendah. Dalam penyebaran kuesioner sebanyak 30 responden terdapat 2 responden yang menyatakan tidak setuju dan sebanyak 10 responden yang menyatakan sangat tidak setuju bahwa mereka akan melakukan pembelian ulang di Toko Nikita. Selain itu, terdapat 8 responden yang menyatakan tidak setuju dan sebanyak 12 responden yang menyatakan sangat tidak setuju bahwa konsumen tidak akan berpaling ke toko yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih belum terlalu yakin dan berpikiran positif dalam melakukan pembelian secara berulang di Toko Nikita Bandung. Dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi yaitu berdampak pada loyalitas pelanggan. Sehingga dari permasalahan hasil prasurvey tersebut terdapat beberapa hal menurut peneliti bahwa ini menjadi suatu permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini. Sehingga dari permasalahan hasil prasurvey penelitian pendahuluan yang peneliti lakukan tersebut, terdapat beberapa hal menurut peneliti bahwa ini menjadi suatu permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini.

TABEL 1.5
Data Pelanggan di Toko Nikita Bandung

No	Nama Pelanggan	Alamat Pelanggan	Keterangan
1	Adellia	Jl. Geger Kalong Tengah	Aktif
2	Ibu Ida	Jl. Ciwaruga	Aktif
3	Mia	Jl. Geger Kalong	Aktif
4	Ibu Cucu	Cilimus	Tidak Aktif
5	Naila	Geger Kalong Girang	Aktif
6	Ibu Yuyun	Jl. Geger Arum	Aktif
7	Feby	Jl. Cipaku Permai	Aktif
8	Winny	Jl. Gunung Batu	Tidak Aktif
9	Nadia	Jl. Geger Kalong Tengah	Aktif

10	Titi	Dago	Tidak Aktif
11	Intan	Jl. Tubagus Ismail	Tidak Aktif
12	Lani	Ledeng	Aktif
13	Rina	Setiabudhi	Aktif
14	Devitha	Cipaganti	Tidak Aktif
15	Lia	Parompong	Tidak Aktif
16	Asti	Parompong	Tidak Aktif
17	Reva	Jl. Geger Kalong Girang	Aktif
18	Lisnaini	Jl. Geger Kalong Girang	Aktif
19	Ditha	Cisarua	Tidak Aktif
20	Sari	Jl. Geger Kalong Tengah	Aktif

Sumber : Toko Nikita Bandung

Tabel 1.5 di atas, menunjukkan bahwa terdapat pelanggan yang aktif dan tidak aktif. Pelanggan dengan keterangan aktif diartikan sebagai pelanggan yang selalu aktif berbelanja atau selalu melakukan pembelian berulang dan teratur, sedangkan pelanggan dengan keterangan tidak aktif diartikan sebagai pelanggan yang tidak selalu melakukan pembelian di Toko Nikita dengan alasan karena Toko Nikita tidak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta pelanggan tidak merasa puas. Data dan penjelasan tersebut peneliti dapat dari Toko Nikita Bandung. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pelanggan yang loyal atau masih aktif dengan melakukan pembelian ulang di Toko Nikita Bandung.

Seiring dengan banyaknya usaha pertokoan yang menjual produk *personal care* tentunya menjadikan beberapa pilihan alternatif dalam melakukan pembelian. Ketika konsumen telah melakukan pembelian pada salah satu produk yang telah mereka pertimbangkan yang mana produk tersebut tentunya telah dipertimbangkan dari berbagai produk yang ada pada toko lainnya. Konsumen dalam hal ini tentunya memeriksa ulang barang yang telah dibeli jika produk tersebut memiliki

keterlibatan yang tinggi karena ketika konsumen melakukan pembelian di toko tersebut dan konsumen merasa bahwa kebutuhannya telah terpenuhi, konsumen akan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang.

TABEL 1.6
Hasil Pra-Survey Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Toko Nikita Bandung

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Rata-rata	Ket.
Kepuasan Pelanggan								
1	Saya merasa puas dengan pelayanan di Toko Nikita	15	7	5	3	0	4,13	Baik
2	Saya merasa puas dengan suasana dan fasilitas yang ada di Toko Nikita	2	5	5	15	3	2,6	Tidak Baik

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Oleh Penulis tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.6 di atas dapat diketahui bahwa hasil survey penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Toko Nikita Bandung memperoleh hasil dengan nilai terendah dengan hasil perhitungan rata-rata sebesar 2,6 dan statusnya menyatakan tidak baik. Dalam penyebaran kuesioner sebanyak 30 responden terdapat 15 responden yang menyatakan tidak setuju dan sebanyak 3 responden yang menyatakan sangat tidak setuju bahwa mereka merasa puas dengan suasana dan fasilitas yang ada di Toko Nikita Bandung. Hal ini menyatakan bahwa Toko Nikita Bandung bukan menjadi pilihan utama para konsumen saat akan berbelanja, selain itu frekuensi varian produk ini juga tidak terlalu baik. Dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi di Toko Nikita Bandung yaitu pada kepuasan pelanggan.

Pelaku bisnis mempunyai tujuan utama dari bisnisnya yaitu loyalitas pelanggan. Loyalitas merupakan suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang. Loyalitas terhadap suatu perusahaan diwakili oleh perilaku konsumen dengan membeli ulang, membeli lini produk lain dan merekomendasikan produk kepada pihak lain. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, perusahaan mulai memikirkan faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan. Berkenaan dengan hal tersebut terdapat data pelanggan yang dimiliki Toko Nikita Bandung, yang dipisahkan menjadi dua bagian yaitu aktif dan tidak aktif, untuk lebih jelasnya berikut data keluhan pelanggan Toko Nikita Bandung :

TABEL 1.7
Data Keluhan Pelanggan
Bulan September Tahun 2017-Bulan Februari Tahun 2018

NO	Bulan	Jumlah Keluhan
1	September	75
2	Oktober	101
3	November	86
4	Desember	112
5	Januari	215
6	Februari	301
Jumlah		890

Sumber : Toko Nikita Bandung

Berdasarkan tabel 1.7 di atas, terlihat bahwa jumlah keluhan di Toko Nikita Bandung setiap bulannya mengalami fluktuasi, namun yang menjadi perhatian yaitu dimana jumlah keluhan pelanggan pada bulan februari tahun 2018 mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 301 keluhan dimana sebelumnya yaitu pada bulan november tahun 2017 hanya sebanyak 86 keluhan. Dari data-data

tersebut menunjukkan bahwa Toko Nikita Bandung memiliki masalah terhadap ketidakpuasan pelanggan.

Secara umum kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Berkenaan hal tersebut kesimpulan terbaik individu mengenai kepuasan pelanggan yang mempunyai arti sangat penting bagi kemajuan perusahaan, karena kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap masa depan suatu perusahaan. Adanya kepuasan juga menjadikan perusahaan dapat mengetahui seberapa besar ketertarikan pelanggan pada produk yang ditawarkan dan apakah yang diharapkan perusahaan tercapai atau tidak. Kepuasan pelanggan dalam hal ini belum tentu menjadi salah satu masalah dari turunnya tingkat penjualan, banyaknya keluhan yang dirasakan pelanggan pada Toko Nikita, melainkan ada pula beberapa faktor yang memberikan dampak tidak baik bagi perusahaan.

Melihat fenomena yang terjadi, peneliti dalam hal ini melakukan penelitian pendahuluan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan di Toko Nikita Bandung, hal ini ditujukan untuk mengetahui permasalahan lain dari turunnya penjualan, meningkatnya keluhan yang dirasakan pelanggan dan terdapatnya pelanggan yang tidak aktif berbelanja di Toko Nikita Bandung. Faktor-faktor yang dinyatakan dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan yaitu bauran pemasarannya sendiri.

Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan konotasi negatif terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak terhadap loyalitas pelanggan, dimana pelanggan merasa tidak puas ketika melakukan pembelian di Toko Nikita. Kepuasan pelanggan merupakan aspek utama yang harus dipenuhi oleh pihak toko,

dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka permintaan pun akan meningkat. Loyalitas pelanggan erat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan untuk memenuhi ekspektasi dan memuaskan pelanggan. Pelanggan yang terpenuhi ekspektasinya memiliki potensi untuk menjadi loyal terhadap perusahaan, dengan harapan melakukan pembelian ulang dimasa yang akan datang. Berikut prasurvey mengenai bauran pemasaran :

TABEL 1.8
Hasil Pra-Survey Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran Di Toko Nikita Bandung

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Rata-rata	Ket.
Produk								
1	Toko Nikita memiliki beragam varian produk	5	5	1	10	9	2,57	Tidak Baik
2	kualitas produk di Toko Nikita sangat baik	6	5	0	11	8	2,67	Cukup Baik
Harga								
3	Harga yang ditawarkan Toko Nikita sesuai dengan kualitas produk	13	10	5	2	0	4,13	Baik
4	Harga yang ditawarkan Toko Nikita sangat terjangkau	9	10	8	2	1	3,8	Baik
Tempat								
5	Lokasi Toko Nikita sangat mudah dijangkau	14	10	5	1	0	4,23	Sangat Baik
6	Lokasi Toko Nikita sangat strategis	15	10	5	0	0	4,33	Sangat Baik
Promosi								
7	Saya mengetahui Toko Nikita dari media sosial	10	9	8	2	1	3,8	Baik

8	Saya mengetahui Toko Nikita dari teman	9	10	7	2	2	3,73	Baik
Proses								
9	Proses pembelian sangat cepat	8	14	5	2	1	3,87	Baik
10	Proses pembayaran sangat mudah	10	10	4	4	2	3,73	Baik
Orang								
11	Pegawai Toko Nikita sangat sigap dalam melayani konsumen	9	12	5	4	0	3,87	Baik
12	Pegawai Toko Nikita sangat ramah dalam melayani konsumen	7	14	6	2	1	3,8	Baik
Bukti Fisik								
13	Ruangan di Toko Nikita luas, rapih dan nyaman	3	2	5	8	12	2,2	Tidak Baik
14	Tempat parkir di Toko Nikita luas	4	17	7	2	0	3,76	Baik

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Oleh Penulis tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.8 di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat permasalahan di Toko Nikita Bandung, dari 30 responden dalam penelitian pendahuluan terdapat 10 responden menyatakan tidak setuju dan terdapat 9 responden yang menyatakan sangat tidak setuju terhadap Toko Nikita yang memiliki beragam varian produk. Dan terdapat permasalahan pada bukti fisik di Toko Nikita, dari 30 responden dalam penelitian pendahuluan terdapat 8 responden yang menyatakan tidak setuju dan terdapat 12 responden yang menyatakan sangat tidak setuju terhadap Toko Nikita bahwa ruangan di Toko Nikita luas, rapih dan nyaman. Dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi di Toko Nikita pada keragaman toko dan suasana toko.

Setelah peneliti memberikan kuesioner penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran maka, didapatkan masalah pada keragaman produk dan bukti fisik pada Toko Nikita Bandung. Bauran pemasaran tersebut menjadi tolak ukur dalam kepuasan pelanggan di Toko Nikita Bandung.

Keragaman produk merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha karena keragaman produk merupakan salah satu hal penting dalam pengaruh perilaku pelanggan dalam melakukan pembelian. Para pelaku usaha harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang dijual. Dengan adanya bermacam produk dalam arti produk yang lengkap maka itu semua akan menimbulkan kepuasan pelanggan.

Menurut Yudha Wardaya (2015) menyatakan bahwa, “ragam produk atau kelengkapan produk yang dijual dapat mempengaruhi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu toko”. Teori ini diperkuat berdasarkan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosnita (2010) dalam Ridwan Aris (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat maka pelanggan akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut, dan hal serupa akan ia ulangi untuk pembelian berikutnya.

Store atmosphere (suasana toko) merupakan karakteristik unik dan berbeda yang dimiliki suatu toko dengan tujuan untuk mengembangkan citra toko, menarik pelanggan agar mengunjungi dan merasakan kenyamanan di toko tersebut. Karakteristik toko dinilai dari segi desain *exterior*, *interior*, pencahayaan, musik, tata letak, aroma dan lain-lain yang dapat dirasakan oleh panca indra.

Menurut Levy & Weitz (2001:491) dalam Lili Harlina Putri (2013:4) menyatakan bahwa, “*store atmosphere* bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan untuk berkunjung, memudahkan mereka untuk mencari barang yang dibutuhkan, mempertahankan mereka untuk berlama-lama berada di dalam toko, memotivasi mereka untuk membuat perencanaan secara mendadak, mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian dan memberikan kepuasan dalam berbelanja”. Hal ini selaras dengan pendapat Heryati (2015) yang menyatakan bahwa variabel *store atmosphere* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu aspek yang sangat menentukan apakah konsumen merasa kebutuhan dan keinginannya dapat dipenuhi oleh perusahaan atau toko, sehingga konsumen melakukan pembelian ulang terhadap toko tersebut adalah kepuasan. Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Menurut Yamit (2013:78) mengemukakan bahwa, “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya”. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Inka (2014) bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana keragaman produk dan suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan sejauh mana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka perlu kiranya dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Keragaman Produk dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Nikita Bandung”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini. Rumusan masalah mengenai keragaman produk dan suasana toko sebagai variabel independen, kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Dimana terdapat fenomena-fenomena masalah yang terjadi dalam variabel tersebut pada Toko Nikita Bandung. Penulis meneliti fenomena tersebut dan membuat identifikasi masalahnya serta merumuskan permasalahan-permasalahan yang ada di latar belakang penelitian, sedangkan perumusan masalah menggambarkan permasalahan yang akan diteliti guna untuk menjawab pada bab-bab selanjutnya.

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian yang terjadi di Toko Nikita Bandung, sebagai berikut :

1. Tingginya persaingan dengan banyaknya berbagai macam toko yang menyediakan produk perawatan diri (*personal care*).
2. Daftar Jumlah Penjualan Per Hari Pada Setiap Toko *Personal Care* di Kota Bandung
3. Persentase penjualan di Toko Nikita Bandung yang menurun dari bulan september tahun 2017 sampai dengan bulan februari tahun 2018
4. Transaksi penjualan tahun 2017 yang rendah
5. Jumlah keluhan pelanggan di Toko Nikita Bandung terus meningkat

6. Pelanggan di Toko Nikita Bandung cenderung tidak aktif untuk melakukan pembelian
7. Kurangnya keragaman produk yang disediakan Toko Nikita Bandung
8. Suasana toko pada Toko Nikita Bandung dinilai kurang nyaman
9. Kepuasan pelanggan pada Toko Nikita Bandung rendah
10. Loyalitas pelanggan pada Toko Nikita Bandung rendah

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi yang telah diuraikan, sebagaimana dipaparkan diatas dan hasil dari penelitian pendahuluan, maka permasalahan sebenarnya yang ingin diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai keragaman produk di Toko Nikita Bandung
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai suasana toko di Toko Nikita Bandung yang ditawarkan
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian di Toko Nikita Bandung
4. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai loyalitas pelanggan di Toko Nikita Bandung
5. Seberapa besar pengaruh keragaman produk dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan di Toko Nikita Bandung secara simultan dan parsial
6. Seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nikita Bandung

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan penulis, maka tujuan dari penelitian ini disajikan sebagai berikut yaitu untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan pelanggan mengenai keragaman produk di Toko Nikita Bandung
2. Tanggapan pelanggan mengenai suasana toko di Toko Nikita Bandung
3. Tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan di Toko Nikita Bandung
4. Tanggapan pelanggan mengenai loyalitas pelanggan di Toko Nikita Bandung
5. Besarnya pengaruh keragaman produk dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan di Toko Nikita Bandung secara parsial dan simultan
6. Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di Toko Nikita Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan menambah ilmu pengetahuan yang bermanfaat khususnya dalam bidang pemasaran, selain itu penulis juga berharap dengan melakukan penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi penulis tetapi bermanfaat bagi yang membaca.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan keragaman produk dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nikita Bandung.

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini sebagai bahan perbandingan antara teori yang didapatkan selama perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi di perusahaan, sehingga dapat menambah pengetahuan sehubungan dengan disiplin ilmu yang penulis tekuni. Selain dapat memperluas wawasan ilmu pengetahuan, penelitian ini juga dapat meningkatkan kedewasaan dalam bersosialisasi dan merupakan bekal awal dalam bentuk pengalaman memasuki dunia kerja.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi dasar untuk penelitian berikutnya dalam bidang yang sama khususnya mengenai situasi pembelian terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

3. Bagi Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada para akademi atau pihak lain yang berorientasi pada disiplin ilmu manajemen, khususnya dalam bidang kajian ilmu manajemen pemasaran.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi Toko Nikita Bandung, pihak terkait lainnya, maupun peneliti sendiri. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

- a. Memperdalam pengetahuan peneliti di bidang pemasaran khususnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan keragaman produk, suasana toko, kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan.

- b. Peneliti diharapkan mengetahui permasalahan yang terjadi seperti keragaman produk, suasana toko, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di Toko Nikita Bandung.
 - c. Peneliti diharapkan dapat mengetahui mengenai keragaman produk di Toko Nikita Bandung.
 - d. Peneliti diharapkan dapat mengetahui mengenai suasana toko di Toko Nikita Bandung dengan pesaing.
 - e. Diharapkan dapat mengetahui hasil dari pengaruh keragaman produk dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nikita Bandung.
2. Bagi Perguruan Tinggi
 - a. Mempromosikan perguruan tinggi pada perusahaan sebagai perguruan tinggi yang berkualitas.
 - b. Memberikan informasi mengenai keragaman produk, suasana toko, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
3. Bagi Perusahaan
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi produsen yang menjual produknya dan bagi Toko Nikita Bandung, dalam meningkatkan keragaman produk yang diberikan pada pelanggan.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi Toko Nikita Bandung, dalam meningkatkan suasana toko di Toko Nikita Bandung.
 - c. Penelitian ini dapat dipergunakan oleh distributor dan Toko Nikita Bandung untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi kepuasan

pelanggan dan loyalitas pelanggan, selanjutnya dijadikan bahan evaluasi untuk terus mengembangkan usahanya demi tercapainya target perusahaan.

- d. Hasil dari penelitian ini diharapkan membantu perusahaan dalam mengetahui hubungan dari pengaruh keragaman produk dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nikita Bandung serta untuk meningkatkan variabel-variabel tersebut.

4. Bagi Peneliti Berikutnya

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan yang lebih lanjut untuk dikembangkan.