BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu bisnis merupakan hal yang tidak asing pada perekonomian di Indonesia, hal ini menunjukan dengan adanya pertumbuhan dunia bisnis dari tahun ke tahun sangat berkembang pesat sehingga berdampak pada munculnya bisnis-bisnis baru yang secara berkelanjutan akan menimbulkan persaingan yang tinggi, terutama pada bisnis ritel yang sudah berkembang di berbagai kota. Hampir semua masyarakat kalangan atas, menengah bahkan bawah juga mengenal tentang bisnis tersebut. Seiring dengan meningkatnya penduduk di Indonesia yang sangat cepat, banyak pengusaha ritel yang mengembangkan bisnisnya dengan alasan kepadatan penduduk di Indonesia dan konsumsi masyarakat yang sangat besar.

Bisnis ritel ini menjalankan konsep dengan menjual berbagai macam produk atau jasa yang berlokasi pada *store* yang bertujuan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Konsumen berperan sangat penting dalam kemajuan sebuah bisnis, tanpa konsumen pun bisnis tersebut tidak akan bisa berkembang dengan baik, jadi perusahaan harus menghargai nilai konsomen. Bisnis ritel juga perlu menerapkan strategi-strategi yang bertujuan untuk menarik konsumen dengan salah satu cara menerapkan strategi khusus dengan memperhatikan kondisi *store* yang dikelola agar konsumen tertarik berbelanja kembali. Dengan semakin banyaknya

pengusaha ritel tingkat persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat dan pengusaha dituntut untuk berpikir secara kreatif dan inovatif untuk menciptakan suatu ide atau strategi yang dapat meningkatkan keuntungan pada perusahaan. Dengan demikian membuat perusahaan dapat bertahan dalam memenangkan persaingan antar bisnis ritel.

Dalam dunia bisnis pengusaha harus mengerti dengan perilaku konsumen dan mampu melihat situasi apa yang konsumen inginkan, terutama pada suasana toko yang sangat mempengaruhi kenyamanan belanja dan pada akhirnya melakukan pembelian. *Store atmosphere* atau suasana toko merupakan sesuatu hal yang terpenting dalam menjalankan bisnis ritel dimana karakter fisik yang ditonjolkan dalam *store*, dipergunakan untuk memuaskan konsumen dan hal tersebut akan menarik konsumen untuk berbelanja kembali. Dalam menjalankan sebuah bisnis ritel pengusaha dituntut untuk meningkatkan strategi pada kondisi *store* dengan sesuai yang konsumen inginkan, jadi sebuah bisnis harus mementingkan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Perilaku konsumen membuat pengusaha ritel berpikir bagaimana cara konsumen itu merasa puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Demi mengembangkan dan membangun bisnis ritel pengusaha harus lebih meningkatkan lagi pada sisi *display product*, dimana dengan *display product* yang diharapkan akan menarik perhatian konsumen atau calon konsumen baru. *Display product* merupakan suatu strategi untuk membangun bisnis ritel yang memudahkan konsumen untuk melihat dan mengamati produk sehingga

melakukan pembelian. Jika sebuah *store* tidak memperhatikan pada sisi display produk tentu konsumen tidak akan tertarik untuk kembali berkunjung ataupun melakukan pembelian kembali, oleh karena itu dalam pebisnis ritel harus mampu mengembangkan pada sisi *display product* tersebut. Hal tersebut sangatlah penting karena dapat mempengaruhi perilaku konsumen pada minat beli ulang.

Dalam menjalin hubungan dengan konsumen melalui komunikasi yang baik itu termasuk dari strategi untuk mendapatkan hati konsumen, dengan semakin berkembangnya zaman maka semakin berkembangnya juga daya berpikir masyarakat dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan. *Customer Relationship Management* merupakan salah satu strategi untuk mempertahankan konsumen. Dalam konsep ini sebuah ritel wajib mengerti dengan hal ini dikarenakan CRM bertujuan untuk merebut hati konsumen dan yang paling utama adalah mempertahankan konsumen lama atau calon konsumen baru. Menjaga hubungan konsumen dengan baik merupakan hal yang penting dikarenakan persaingan diluar sangat ketat apalagi konsumen sangat rentan dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Pengusaha wajib menjalin hubungan dengan konsumen atau mengenal dan mengetahuinya untuk membangun sebuah keharmonisan pebisnis dengan konsumen. Dengan menjalin hubungan dengan konsumen berarti mendapatkan dan mempertahankan konsumen secara berkelanjutan tentu akan mempengaruhi perilaku konsumen untuk kembali berbelanja dan akan melakukan pembelian ulang.

Perilaku konsumen sangat mempengaruhi suatu perkembangan dalam bisnis ritel terutama pada minat beli ulang dan tentu pebisnis ritel menyadari akan halnya tentang minat beli ulang tersebut. Minat beli ulang merupakan suatu perilaku konsumen yang melakukan pembelian ulang, dikarenakan konsumen tersebut merasa puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen sehingga akan menimbulkan minat pembelian ulang. Pebisnis ritel harus mampu mengukur minat beli ulang pada konsumen yang sangat berpengaruh pada kondisi faktor keuangan maupun kelangsungan bisnis.

Bisnis ritel merupakan suatu bisnis yang banyak digeluti di Indonesia, salah satunya adalah Toko Karya Mandiri yang berdomisili di Gresik. Toko Karya Mandiri dibilang masih dalam proses untuk menuju ritel yang besar dan tidak mau kalah dengan ritel-ritel yang lainnya. Sebagian besar ritel mempunyai strategi sendiri untuk memajukan perusahaan ritelnya dan Toko Karya Mandiri Gresik pun juga mempunyai strategi untuk mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dengan membangun suasana toko yang lebih nyaman, Toko Karya Madiri pun memberikan suasana yang nyaman bagi pelanggan yang berkunjung atau melakukan pembelian, selanjutnya Toko karya Mandiri juga memberikan penataan produk didalam toko, Toko Karya Mandiri memberikan situasi dimana pelanggan tidak kesulitan dalam memilih produk yang diinginkannya dan yang paling ditonjolkan dalam Toko Karya Mandiri ini adalah meningkatkan hubungan dengan pelanggan keberlanjutan yang bertujuan untuk

menarik pelanggan untuk kembali ke toko. Dengan berdasarkan ulasan tersebut peneliti ingin mengetahui dan tentunya tertarik untuk melakukan penelitian yang judul "Pengaruh *Store Atmosphere, Display Product,* Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Karya Mandiri Gresik.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh *store atmosphere* Terhadap minat beli ulang pada Toko Karya Mandiri Gresik ?
2. Apakah pengaruh *display product* terhadap minat beli ulang pada Toko Karya Mandiri Gresik ?
3. Apakah pengaruh *customer relationship manajement* terhadap minat beli ulang pada Toko Karya Mandiri Gresik ?
4. Apakah pengaruh *store atmosphere, display product,* dan *customer relationship manajement* secara simultan terhadap minat beli ulang pada Toko Karya Mandiri Gresik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka peneliti membuat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli ulang pada Toko Karya Mandiri Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh *display product* terhadap minat beli ulang pada Toko Karya Mandiri Gresik.

3. Untuk mengetahui pengaruh *customer relationship management* terhadap minat beli ulang pada Toko Karya Mandiri Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere, display product,* dan *customer relationship manajement* terhadap minat beli ulang pada Toko Karya Mandiri Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis membuat manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi penulis
   Penelitian ini meningkatkan atau pun menambah wawasan khususnya dapat mengaplikasikan ilmu yang sudah di dapatkan selama di perguruan tinggi.
2. Bagi perusahaan
   Penelitian ini dapat menjadi bahan informasi, bahan referensi dan bahan evaluasi terkait pengaruh *store atmosphere, display product* dan *customer relationship management* terhadap minat beli ulang.
3. Bagi universitas
   Penelitian Universitas PGRI Adi Buana Surabaya untuk menambah kepustakaan tentunya pada fakultas ekonomi dan sebagai bahan informasi untuk pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.