

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perusahaan ritel di ibu kota cukup meningkat dengan banyaknya mall baru yang berdiri hampir berdekatan satu sama lain. Hal ini menjadi salah satu pendorong terciptanya persaingan ketat didunia bisnis ritel. Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus-menerus berimprovisasi dan berinovasi dalam mempertahankan para pelanggannya.

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah Persaingan yang semakin ketat untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggan. Upaya-upaya yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali.

Menurut Kotler (2009:177) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Apabila konsumen telah berubah menjadi konsumen yang royal karena merasa puas kebutuhannya telah terpenuhi maka konsumen tidak akan pindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, Lewis dan Boom dalam Tjiptono (2011: 180) menjelaskan kualitas

pelayan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu menyesuaikan dengan ekspektasi pelanggan artinya kualitas layanan bisa diwujudkan melalui kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan pencapaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas layanan dapat memberikan keuntungan dan kerugian bagi produsen.

Keuntungan dari pelayanan yang baik akan memberikan dorongan khusus kepada konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan, ikatan emosional semacam ini memungkinkan produsen memahami keinginan dan kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Sebaliknya dampak negatif dari produsen yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Melihat kerugian yang diakibatkan oleh kualitas pelayanan yang tidak baik maka menjaga kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting bagi para produsen dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

Menarik konsumen juga dapat dilakukan dengan cara memberikan atmosfer toko yang menyenangkan dan rasa yang nyaman sehingga dapat merangsang konsumen untuk menghabiskan waktunya dan melakukan pembelian. Menurut Mowen dan Minor (2002: 139) Atmospherich (suasana toko) adalah istilah yang lebih umum dari pada tata ruang toko, atmospherich berhubungan dengan bagaimana para manager dapat memanipulasi desain

bangunan, ruang interior dan eksterior, tata ruang lorong-lorong, tekstur karpet dan dinding, bau, warna, bentuk dan suara yang dialami para pelanggan (semuanya untuk mencapai pengaruh tertentu). Suasana toko yang unik bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan membeli.

Menurut Alma (2011:169), harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Sedangkan menurut Assauri (2014:223), harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Harga yang di berikan oleh Matahari Department Store memiliki harga yang cenderung menengah ke bawah, pihak perusahaan juga rutin memberikan discount di hari tertentu seperti hari raya, atau hari besar tertentu. Hal ini membuat pengunjung tertarik untuk belanja di Matahari Department Store.

Dalam Islam, kualitas pelayanan yang baik harus di dasari dengan menjalankan usaha itu dengan baik, tidak boleh memberikan sesuatu yang berkualitas buruk kepada orang lain, seperti yang di jelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267 yang berbunyi :

أَخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَمْ نُؤْتِيهِمْ بِأَيِّهَا

وَلَسْتُمْ تُنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَبِيثَ تَيَمَّمُوا وَلَا تَلْمِزُوا الْأَرْضَ مِنْ لَكُمْ

حَمِيدٌ غَنِيٌّ اللَّهُ أَنْ وَاعْلَمُوا فِيهِ تَغْمِضُوا أَنْ إِلَّا بِأَخْذِيهِ

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji. QS. Al-Baqarah (2) : (267).*

Pada ayat di atas, di jelaskan bahwa Islam sangat menegaskan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik, dan bukan memberikan kualitas pelayanan yang buruk karena pekerjaan itu akan menjadi berkah jika kita mengerjakan dengan memberikan yang terbaik. Store atmosphere sangat berpengaruh dalam kepuasan konsumen saat berbelanja, kita harus dapat menciptakan suasana yang membuat konsumen itu nyaman, penampilan merupakan hal penting dalam menciptakan store atmosphere, hal tersebut di jelaskan dalam Al-quran surat *Asy-Syu'ara'* Ayat 181 yang berbunyi:

مِنَ تَكُونُوا وَلَا الْكَيْلَ أَوْفُوا

الْمُخْسِرِينَ

Artinya : *Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. QS. Asy-Syu'ara' (26) : (181).*

Pada ayat di atas di jelaskan bahwa kita tidak boleh membohongi konsumen, dan mengatakan yang sebenarnya tentang kualitas barang yang kita jual, jika barang tersebut tidak bagus maka kita harus mengatakan yang sejujurnya, jangan sampai merugikan orang lain. Penetapan harga dalam Islam menjadi sesuatu yang sangat penting, karena Islam menganjurkan untuk memberikan harga yang tidak memberatkan pembeli, dan tidak boleh merugikan penjual, seperti yang di jelaskan dalam Al-Quran surat *An-Nisa* ayat 29 yang berbunyi :

أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالَكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا  
كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ  
رَحِيمًا بِكُمْ

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. QS. An-Nisa' (4) : (29).*

Pada ayat di atas di jelaskan, bahwa penetapan harga tidak boleh dilakukan dengan semaunya tanpa memikirkan orang lain karena itu sama dengan riba atau merampas hak orang lain, dan penetapan harga harus di lakukan atas persetujuan dua orang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk memilih Matahari Dept Store Atrium Jakarta sebagai objek penelitian karena Matahari Dept Store Atrium memiliki standard tersendiri dalam hal kualitas pelayanan yang diberikan oleh para karyawan mulai dari konsumen yang baru masuk kedalam toko sampai dengan konsumen yang keluar dari toko. Dan juga suasana toko yang nyaman juga memanjakan konsumen yang berbelanja mulai dari musik, penataan cahaya dan juga tema yang selalu berganti sehinggann konsumen tidak bosan untuk berbelanja di Matahari Dept Store.

Untuk mengevaluasi betapa pentingnya kualitas pelayanan, suasana toko dan harga dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan bagi konsumen yang nantinya akan berpengaruh pada perusahaan maka perlu dilakukan penelitian

dengan judul **“Pengaruh kualitas pelayanan (customer service), suasana toko (store atmosphere) dan harga terhadap kepuasan konsumen pada matahari department store Atrium senen Jakarta serta tinjauannya menurut sudut pandang Islam”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah sangat penting bagi penulis untuk mempermudah dalam mememntukan langkah mengantisipasi masalah yang timbul pada saat penelitian. Dari latar belakang masalah diatas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Atrium Plaza Jakarta ?
2. Apakah Suasana Toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Atrium Plaza Jakarta ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Atrium Plaza Jakarta ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Suasana Toko dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Atrium Plaza Jakarta serta tinjauannya menurut sudut pandang Islam ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Atrium Plaza Jakarta.

2. Untuk mengetahui pengaruh Suasana Toko terhadap kepuasan konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Atrium Plaza Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Atrium Plaza Jakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan, Suasana Toko dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Atrium Plaza Jakarta.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Manfaat Praktis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan yang mungkin bisa dipergunakan dalam menghadapi masalah yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas oleh peneliti.
2. Penelitian ini sekiranya juga diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan bagi para pelajar pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini benar-benar berguna bagi keperluan banyak pihak yang berkepentingan dengan penelitian yang mengambil garis besar penelitian ini.

##### **1.4.2. Manfaat Akademis**

1. Penelitian ini sangat bermanfaat karena dengan kesempatan ini penulis mengetahui sejauh mana teori-teori yang selama ini diperoleh di perkuliahan dapat diterapkan dalam praktek yang sebenarnya.