

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini bisnis eceran merupakan bisnis yang berkembang pesat bersamaan dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia baik di kota besar maupun di kota-kota kecil. Dalam bisnis eceran ini terbentuk ketika Indonesia terkena badai krisis moneter pada tahun 1997 dan bisnis eceran banyak menolong perekonomian Indonesia pada saat itu.

Pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang memasarkan suatu barang atau jasa kepada masyarakat dan pembeli potensial. Dalam pemasaran ritel selain memasarkan dengan ilmu, seni juga diperlukan agar peritel mampu bersaing dalam persaingan antar ritel.

Salah satu seni yang diperlukan oleh pemasar ritel dalam memasarkan ritel-ritelnya adalah menggunakan *Store Atmosphere* atau Atmosfer dalam gerai yang mampu menarik konsumen untuk masuk ke dalam toko atau tempat ritelnya. Selain membuat konsumen nyaman dalam memilih barang keperluan konsumen, konsumen dapat memilih barang yang diinginkan dengan lebih cepat.

Salah satu ritel yang berkembang di daerah Arcamanik Endah di kota Bandung adalah Pasar Swalayan “X” yang bergerak dalam bidang ritel yaitu toko swalayan yang menjual kebutuhan sehari-hari atau alat-alat rumah tangga yang dibutuhkan oleh para konsumen dalam perumahan Arcamanik Endah, selain Pasar

Swalayan “X” tersebut di daerah Arcamanik terdapat pesaing-pesaingnya yang berbentuk ritel dan bergerak di bidang yang sama, baik berupa gerai yang besar dan cukup terkenal di dalam bisnis peritel-an maupun yang kecil seperti warung-warung. Dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat dan jarak lokasi yang berdekatan antar ritel maka Pasar Swalayan “X” berusaha memenangkan persaingan dengan menggunakan salah satu dari bauran retail yaitu menjaga *Store Atmosphere* yang dapat membuat konsumen nyaman dalam berbelanja barang yang diinginkan dan membuat gerai ritel tersebut tetap diminati pengunjung guna bertahan dalam persaingan ritel yang ada selain itu dengan harapan agar konsumen akan mengunjungi gerai tersebut kembali baik untuk membeli kebutuhan rumah tangga maupun kebutuhan-kebutuhan lain guna memenuhi keinginan pembeli. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI DI PASAR SWALAYAN “X” DI ARCAMANIK”**

1.2. Identifikasi Masalah

Masalah-masalah yang dapat ditarik dari penelitian yang hendak dilakukan adalah :

1. Hal-hal apa saja dari *Store Atmosphere* yang dapat menarik minat kunjung kembali di Pasar Swalayan “X” di Arcamanik?
2. Apakah ada pengaruh *Store Atmosphere* di Pasar Swalayan “X” di Arcamanik?
3. Seberapa besar pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Kunjung Kembali pada Pasar Swalayan “X” ?

4. Apakah Konsumen melakukan kunjung kembali pada Pasar Swalayan “X” di Arcamanik?

1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) di Universitas Kristen Maranatha (UKM). Maksud lain dari penelitian ini yaitu mengumpulkan, mengolah, menganalisa, dan menginterpretasikan data yang telah diperoleh penulis tentang pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat kunjung kembali pada Pasar Swalayan ”X” di Arcamanik, dan juga untuk membuktikan bahwa ada pengaruh positif dari *Store Atmosphere* terhadap minat konsumen untuk mengunjungi kembali Pasar Swalayan tersebut.

Sedangkan Tujuan dari Penelitian :

1. Mengetahui hal-hal apa saja dari *Store Atmosphere* Pasar Swalayan “X” Arcamanik yang dapat menarik Minat Kunjung Kembali konsumen ke Pasar Swalayan “X” Arcamanik.
2. Mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* pada Pasar Swalayan “X”.
3. Mengetahui seberapa besar Minat Kunjung Kembali di Pasar Swalayan “X”.
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Kunjung Kembali pada Pasar Swalayan “X”.

1.4.Kegunaan Penelitian

- **Kegunaan Teoritis**

Penelitian yang dilakukan dapat digunakan untuk pengembangan dalam ilmu Manajemen, terutama Manajemen Pemasaran dan dikhususkan pada pengaruh *Store Atmosphere* dan Minat Kunjung Kembali di Pasar Swalayan “X”

- **Kegunaan Praktis**

Penelitian dilakukan untuk memberikan masukan pada perusahaan bahwa *Store Atmosphere* dapat mempengaruhi Minat Kunjung Kembali konsumen ke pasar swalayannya dan memberikan masukan guna meningkatkan pelayanan pada konsumen di bidangnya.