

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun belakangan ini bisnis ritel modern merupakan salah satu bisnis yang memiliki pertumbuhan yang sangat pesat di Indonesia. Hal ini terbukti dengan begitu banyaknya jumlah ritel-ritel modern yang ada di kota-kota besar, baik yang telah dibangun maupun yang masih dalam perencanaan. Meskipun perekonomian nasional saat ini dihadapkan kepada dampak krisis ekonomi global, namun bisnis ritel modern di Indonesia tidak ada kendala, bahkan masih menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Hal itu dikarenakan potensi pasar di Indonesia masih cukup besar dan menguatnya usaha kelas menengah dan kecil, telah menambah banyaknya kelompok masyarakat yang berpenghasilan menengah-atas yang memiliki gaya hidup belanja ritel modern.

Perkembangan dari bisnis ritel modern di Indonesia dapat ditunjukkan dari segi omzet yang masih tumbuh secara nyata, yakni dari sekitar Rp 42 triliun pada tahun 2005, meningkat menjadi sekitar Rp 58 triliun pada tahun 2007 dan tahun 2008 telah mencapai sekitar Rp 67 triliun. Peningkatan omzet belakangan ini, terutama didorong dengan semakin maraknya pembukaan outlet gerai baru *Hypermarket* dan *Minimarket*. Misalnya, peritel asing *Hypermarket*, Carefour dalam waktu singkat telah berhasil mengepung potensi pasar ritel di Jakarta dan kota-kota besar lainnya, dengan kepemilikan gerai hingga akhir tahun 2008 sebanyak 70 unit. Besarnya minat peritel lokal mengikuti sukses Carefour, dikarenakan *omzet hypermarket* bisa mencapai Rp 500 juta per hari. Hal ini tentunya sangat potensial menggerus pasar *supermarket* yang polanya sama menjaring konsumen belanja bulanan. Begitu juga perkembangan *hypermarket* yang sangat pesat ini, karena formatnya cocok

dengan karakter konsumen di Indonesia yang menjadikan belanja sebagai bagian dari rekreasi. Selain itu, mampu menawarkan harga paling rendah, produk yang selalu fresh, area belanja yang luas, serta jumlah produknya yang sangat lengkap.

Di berbagai kota besar seperti Jakarta, keberadaan bisnis ritel modern sangat berkembang begitu pesat. Terdapat banyak sekali pusat perbelanjaan, dimulai dari Hero Supermarket, Carefour, Giant Supermarket, Lotte mart, Hypermart, Superindo, dan masih banyak lagi pusat perbelanjaan yang lainnya. Banyaknya pusat perbelanjaan yang mempredikatkan diri sebagai penyaji produk dengan harga yang rendah ini, menyebabkan terjadinya persaingan yang begitu ketat diantara para pelaku usaha. Tidak terkecuali dengan Hero Supermarket. Toko ini harus bersaing ketat dengan berbagai pusat perbelanjaan lainnya, misalnya dengan Carefour. Berbagai promosi, potongan harga yang diberikan Carefour secara langsung maupun tidak langsung sangat mempengaruhi posisi keberadaan Hero Supermarket.

PT. Hero Supermarket Tbk merupakan salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang telah mengikuti perubahan globalisasi yang memenuhi tuntutan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, dengan memberikan kenyamanan, pelayanan, dan barang yang berkualitas. PT. Hero Supermarket Tbk namanya telah dikenal dihati masyarakat, terutama di Jakarta dan sekitarnya. Dengan munculnya berbagai supermarket, Hero Supermarket harus terus melakukan evaluasi terhadap perkembangan bisnis ritel supermarket, agar Hero Supermarket selalu dapat diminati dan dikunjungi oleh masyarakat. Masyarakat pada saat ini sangat selektif dalam memilih tempat berbelanja, bukan hanya dikarenakan oleh tempat yang strategis, tetapi juga faktor pelayanan sebagai kunci dari kenyamanan dalam berbelanja di Hero Supermarket.

Melihat pada kenyataan bahwa tingkat persaingan antar para pebisnis ritel yang semakin ketat ini, maka Hero Supermarket terus meningkatkan pelayanan yang diberikan. Pelayanan pelayanan ini diharapkan dapat menciptakan citra toko yang positif sehingga

dapat menjadikan daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung ke Hero Supermarket. Dalam situasi persaingan yang begitu ketat, maka konsumen akan lebih selektif dalam memilih salah satu toko yang akan dikunjungi. Oleh karena itu, lingkungan dan fasilitas fisik dalam toko haruslah mendukung dalam pengambilan keputusan dalam memilih produk yang ada di dalam toko tersebut. Fasilitas fisik, barang dagangan, kenyamanan serta promosi dan pelayanan yang diberikan suatu toko memberikan stimuli-stimuli yang diterima oleh konsumen tersebut sehingga menimbulkan persepsi terhadap keseluruhan toko tersebut yang disebut sebagai citra toko. Sangat memungkinkan citra toko akan menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih salah satu toko yang menjadi tujuan untuk tempat berbelanja. Diharapkan dengan citra toko yang positif dapat memberikan kepuasan bagi konsumen yang berbelanja di Hero Supermarket, dan dari kepuasan yang diperoleh oleh konsumen yang berbelanja di Hero Supermarket diharapkan akan berdampak pula pada Loyalitas konsumen terhadap Hero Supermarket. Citra Toko akan memberikan keyakinan kepada konsumen atas jaminan pelayanan yang diberikan. Sehingga melalui citra toko yang tinggi, maka tingkat keyakinan konsumen atas kualitas layanan yang diberikan akan semakin tinggi. Hal inilah yang akan menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih Hero Supermarket sebagai tempat guna memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan pada uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan memilih judul penelitian, sebagai berikut : **“PENGARUH ATRIBUT CITRA TOKO DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN HERO SUPERMARKET PONDOK INDAH MALL.”**

1.2 Identifikasi masalah

Hal hal yang menjadi permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara atribut citra toko terhadap loyalitas konsumen Hero Supermarket Pondok Indah Mall?
2. Apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara promosi terhadap loyalitas konsumen Hero Supermarket Pondok Indah Mall?
3. Apakah terdapat pengaruh antara atribut citra toko, dan promosi secara simultan terhadap loyalitas konsumen Hero supermarket Pondok Indah Mall?
4. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Hero Supermarket Pondok Indah Mall?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara atribut citra toko terhadap loyalitas konsumen Hero Supermarket Pondok Indah Mall?
2. Mengetahui Apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara promosi terhadap loyalitas konsumen Hero Supermarket Pondok Indah Mall?
3. Mengetahui Apakah terdapat pengaruh antara atribut citra toko, dan promosi secara simultan terhadap loyalitas konsumen Hero supermarket Pondok Indah Mall
4. Mengetahui variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Hero Supermarket Pondok Indah Mall.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat bagi penulis :

- Menerapkan dan mengaplikasikan ilmu pemasaran khususnya mengenai pemasaran dalam bisnis ritel.
- Memperoleh informasi mengenai pengaruh atribut citra toko dan promosi terhadap loyalitas konsumen Hero Supermarket Pondok Indah Mall.

2. Manfaat bagi Hero Supermarket

- Mengetahui atribut-atribut dari Citra toko Hero Supermarket yang paling menonjol.
- Mengetahui Citra Toko yang terbentuk di benak konsumen Hero Supermarket Pondok Indah Mall.
- Mengetahui bagaimana pengaruh dari Atribut Citra Toko dan promosi Hero supermarket Pondok Indah Mall terhadap loyalitas konsumen.
- Memberikan masukan, saran, dan informasi kepada pihak Hero Supermarket Pondok Indah Mall mengenai hal-hal apa saja yang harus diperbaiki dan ditingkatkan untuk mempertahankan Citra Toko Hero Supermarket Pondok Indah Mall.

3. Manfaat bagi Ilmu Pengetahuan

- Secara teoritis akan menambah referensi bagi pembaca atau pihak yang memerlukannya.
- Secara terapan dapat dipergunakan sebagai referensi bagi penelitian lain dengan topik yang sama.