

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan perkembangan kebutuhan dan pola hidup masyarakat yang semakin menginginkan kenyamanan belanja, kepastian harga, dan keanekaragaman barang kebutuhan dalam suatu toko maka toko maupun pasar tradisional saat ini tidak mampu lagi memenuhi permintaan konsumen yang semakin bervariasi. Adanya tuntutan konsumen terhadap pengusaha eceran (*retail*) dan toko untuk meningkatkan cara pengelolaan, penampilan toko, maupun cara pelayanan juga semakin dirasakan oleh pengusaha eceran. Oleh karena itu, belakangan ini dikenal ritel moderen dengan cara pengelolaan secara profesional untuk jaringan toko mencakup *department store* dan *supermarket* (Foster, 2008: 3).

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bisnis eceran, khususnya *department store*, tentunya menimbulkan konsekuensi pada tajamnya persaingan dalam mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Oleh karena itu, kegiatan bauran penjualan eceran (*retailing mix*) secara tepat harus dilaksanakan oleh pengusaha *retail* guna meningkatkan penjualan. *Retailing mix* meliputi produk (barang dagangan), harga, lokasi, promosi, fasilitas fisik, pelayanan, dan wiraniaga (Davidson at al. dalam Dahmiri, 2009).

Yogyakarta merupakan kota pelajar dengan berbagai macam penduduk dari berbagai daerah. Keragaman penduduk tersebut menyebabkan kebutuhan dan keinginan konsumen yang bermacam-macam. Hal ini menyebabkan para pengusaha bisnis eceran untuk terus mengembangkan usahanya dengan menyediakan produk yang semakin lengkap, semakin memperhatikan kualitas produk, meningkatkan pelayanan, memperhatikan penataan ruangan, kelengkapan fasilitas pendukung, dan semakin gencarnya promosi.

Matahari *department store* merupakan salah satu *department store* yang ada di kota Yogyakarta khususnya Matahari *department store* Malioboro. Pengambilan keputusan manajemen pada Matahari *department store* Malioboro sudah cukup baik, namun permasalahan yang kadang kala muncul adalah kurang sesuainya keputusan yang diambil dengan permintaan konsumen. Agar hal ini tidak terjadi maka pihak manajemen Matahari *department store* Malioboro sangat perlu melakukan kegiatan bauran penjualan eceran sehingga tercipta citra yang baik di mata konsumen.

Dengan adanya Matahari *department store* Malioboro diharapkan dapat menjadi solusi tempat berbelanja yang nyaman dan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga terwujud citra positif bagi konsumen. Citra adalah serangkaian anggapan, ide-ide, dan kesan seseorang terhadap sesuatu obyek (Kotler, 1992: 242). Dengan adanya citra positif maka akan memberikan keuntungan bagi pengecer, khususnya Matahari *department store* Malioboro. Konsumen tidak akan percaya lagi kepada suatu *department*

store jika citra suatu *department store* buruk. Konsumen yang tidak percaya lagi terhadap suatu *department store* akan cenderung berpindah ke *department store* lain sehingga suatu *department store* akan mengalami kerugian. Oleh karena itu pihak-pihak pengelola usaha ritel khususnya *department store* harus mampu menciptakan citra positif demi kelangsungan *department store* itu sendiri.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Dahmiri (2009) “Pengaruh bauran penjualan eceran (*retailing mix*) terhadap citra *department store* (studi pada Ramayana *department store* kota Jambi)”. Dalam penelitian tersebut Dahmiri (2009) mengungkapkan bahwa tanggapan konsumen terhadap bauran penjualan eceran pada Ramayana *department store* kota Jambi sudah baik dan diketahui bahwa variabel lokasi merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi citra Ramayana *department store* kota Jambi. Namun dalam penelitian ini peneliti mengambil obyek yang berbeda yaitu Matahari *department store* Malioboro, subyek yang berbeda yaitu pelanggan Matahari *department store* Malioboro, dan waktu yang baru yaitu tahun 2011. Berdasarkan latar belakang di atas maka sangat penting bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH BAURAN PENJUALAN ECERAN (*RETAILING MIX*) TERHADAP CITRA MATAHARI *DEPARTMENT STORE* MALIOBORO.**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas tentang pengaruh bauran penjualan eceran terhadap citra Matahari *department store* Malioboro, terdapat beberapa rumusan masalah yang menjadi dasar untuk penelitian ini, yaitu:

1. Apakah produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro?
4. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro?
5. Apakah fasilitas fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro?
6. Apakah pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro?
7. Apakah wiraniaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro?
8. Dari semua variabel bauran penjualan eceran, variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro?

9. Apakah produk, harga, lokasi, promosi, fasilitas fisik, pelayanan, dan wiraniaga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada rumusan masalah penelitian yang telah dipaparkan di atas, dapat diketahui bahwa tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh produk terhadap citra Matahari *department store* Malioboro.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap citra Matahari *department store* Malioboro.
3. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap citra Matahari *department store* Malioboro.
4. Menganalisis pengaruh promosi terhadap citra Matahari *department store* Malioboro.
5. Menganalisis pengaruh fasilitas fisik terhadap citra Matahari *department store* Malioboro.
6. Menganalisis pengaruh pelayanan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro.
7. Menganalisis pengaruh wiraniaga terhadap citra Matahari *department store* Malioboro.

8. Menganalisis variabel yang dominan berpengaruh terhadap citra Matahari *department store* Malioboro.
9. Menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, fasilitas fisik, pelayanan, dan wiraniaga secara simultan terhadap citra Matahari *department store* Malioboro.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan akan memperoleh beberapa manfaat, antara lain:

1. Manfaat di bidang teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk perkembangan pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan juga dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat di bidang praktik

Memberikan informasi yang benar tentang pengaruh bauran penjualan eceran terhadap citra Matahari *department store* Malioboro.