

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era modern ini dunia usaha berkembang sangat pesat yang mengharuskan perusahaan mau tidak mau harus menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan para kompetitornya. Menjamurnya bisnis ritel seperti mulai banyaknya Minimarket, Toserba, dan Supermarket menjadikan salah satu bukti bahwa perkembangan ritel pada saat ini sudah semakin pesat, tentu hal ini sangat berpengaruh pada ketatnya persaingan didunia ritel.

Dalam menghadapi persaingan ini pengusaha-pengusaha ritel harus benar-benar memikirkan strategi yang efektif untuk meningkatkan tingkat kepuasan para konsumen atau pelanggan seperti meningkatkan suasana toko, meningkatkan kualitas pelayanan serta faktor lainnya guna menunjang kepuasan konsumen atau pelanggan.

Dengan tambahan sentuhan teknologi untuk menyesuaikan pada perkembangan zaman dan memenuhi perkembangan gaya hidup dapat memberikan nilai lebih. Selain itu dengan membuat suasana toko yang bersih dan nyaman maka akan memberikan sebuah daya tarik dan kepuasan bagi konsumen, ini menjadikan sebuah budaya baru bagi konsumen dalam berbelanja. Serta berbagai fasilitas layanan yang ditawarkan oleh retailer membuat para konsumen atau pelanggan merasakan kepuasan dalam hal berbelanja.

Beberapa hal yang dapat menjadi pengaruh bagi kepuasan pelanggan yang mampu meningkatkan kesetiaan pelanggan dan kemudian meningkatkan penjualan juga menurut para ahli seperti menurut Kotler (2007:286) dalam Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, Menyebutkan kualitas pelayanan merupakan prosedur perusahaan untuk memperbaiki dan meningkatkan mutu secara kontinu

dalam hal proses, produk dan pelayanan yang menjadi output perusahaan. Menurut Tjiptono (2007) dalam Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, kualitas pelayanan ini mampu diukur dengan lima dimensi yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Lima elemen ini akan membuat toko dapat meningkatkan kualitas layanan apabila menerapkan dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui elemen-elemen tersebut.

Kualitas pelayanan mempunyai peran yang sangat penting untuk membangun kepuasan konsumen. Oleh sebabnya perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen dapat terjaga dan meningkat, dengan kualitas pelayanan yang selalu dievaluasi maka tentu ini juga akan berpengaruh terhadap peningkatan keuntungan atau laba bagi perusahaan dan terbentuknya loyalitas konsumen, tentu ini menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan.

Banyaknya perusahaan retail di Jawa barat tentu akan menimbulkan atau memicu persaingan antar retail yang semakin ketat. Salah satu dari banyaknya perusahaan retail yang berkembang di Jawa Barat adalah Toserba Griya. Toserba Griya merupakan salah satu ritel berkonsep supermarket. Toserba Griya merupakan bagian dari Yogya Group yang berdiri di Bandung sejak tahun 1982. Saat ini Yogya Group memiliki kurang lebih 35 cabang. Salah satu cabang yang berada di Jawa Barat adalah department store Griya Grand Cinunuk yang berada di kawasan Bandung Timur atau lebih spesifiknya berada di Kawasan Kecamatan Cileunyi. Lokasi Griya Grand Cinunuk juga terhitung cukup strategis, dimana lokasi Griya Grand Cinunuk ini berdiri di lingkungan padat penduduk dan terletak di jalan utama. Tabel dibawah ini memperlihatkan kepadatan penduduk disekitar lokasi berdirinya Griya Grand Cinunuk yakni di Kecamatan Cileunyi.

Tabel 1. 1
Penduduk Kecamatan Cileunyi Per Desa/Kelurahan Tahun 2019

Desa/Kelurahan	Penduduk (Ribu)
Cibiru Hilir	12,91
Cinunuk	47,38
Cimekar	34,76
Cileunyi Kulon	23,89
Cileunyi Wetan	32,03
Cibiru Wetan	18,58
Total Se-Kecamatan Cileunyi	169,55

Sumber : bandungkab.bps.go.id

Selain itu, dari denah bawah terlihat bahwa terdapat pesaing yang kuat, dan pesaing terdekat dari Griya Grand Cinunuk adalah Toserba Borma, jarak yang hanya terpaut ± 270 meter juga merupakan usaha yang sejenis membuat Griya Grand Cinunuk harus benar-benar memikirkan strategi yang efektif untuk mencapai kepuasan pelanggan guna terwujudnya kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan dari pelanggan, sehingga Griya Grand Cinunuk bisa memenangkan persaingan dari kompetitor terdekatnya ini.

Gambar 1. 1
Lokasi Pesaing Griya Grand Cinunuk



Sumber : Google Maps

Beberapa pesaing lainnya disekitar Griya Grand Cinunuk yang dianggap menjadi sebuah ancaman bagi persaingan ritel yang jaraknya kurang dari 1Km dari Griya Grand Cinunuk disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 1. 2

Daftar Pesaingan Ritel Terdekat dari Griya Grand Cinunuk

No	Nama Ritel	Alamat	Jarak
1	Alfamart Jalan Cijambe	Ds, Jl. Cijambe, RT.01/RW.07, Desa Cinunuk, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40624	200m
2	Borma Toserba Cinunuk	Jl. Raya Tagog Cinunuk No.160, Desa Cinunuk, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40624	270m
3	Alfamart Permata Biru	Jl. Permata Biru, RT.01 /RW.12, Desa Cinunuk, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40624	300m
4	Toko Grosir Cuneng	Jl. Raya Tagog Cinunuk No.159, Desa Cinunuk, Kecamatan Cileunyi,	400m

No	Nama Ritel	Alamat	Jarak
		Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40624	
5	Indomart Tagog Cileunyi	Jl. Raya Tagog Cinunuk, Cimekar, Cileunyi, Bandung, Jawa Barat 40623	500m
6	Ayyanie Grosir	Perumahan Residence Indah Satu Cinunuk no C 2, Desa Cinunuk, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40624	750m
7	Aydan Grosir	Jl. Museum Arkeologi No.128, RT.03/RW.03, Desa Cimekar, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40623	800m
8	Toko Grosir Maksum putra	Jl. Raya Tagog Cinunuk No.679, Desa Cinunuk, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40624	800m

Sumber : Data diolah Peneliti (2021)

Dapat disimpulkan dari tabel tersebut, bahwa Griya Grand Cinunuk ini tidak berdiri didaerah tersebut tanpa adanya pesaing. Terdapat toko-toko ritel lain

yang jaraknya kurang dari 1Km dari Griya Grand Cinunuk ini. Maka dengan adanya pesaing-pesaing tersebut, dapat menjadi ancaman bagi perusahaan apabila tidak mempertahankan loyalitas pelanggan dengan memberikan kepuasan pelanggan yang optimum.

Peneliti juga melakukan mini survey dan berdasarkan pada mini survey yang dilaksanakan pada 10 konsumen yang memutuskan untuk berbelanja di Griya Grand Cinunuk dapat dilihat hasilnya melalui tabel berikut :

Tabel 1. 3
Hasil Mini Survey

No	Hari/Tanggal	Pertanyaan	Hasil
1	Kamis, 01 April 2021	Apakah Griya Grand Cinunuk adalah tempat belanja utama yang dipilih untuk belanja keperluan sehari-hari?	7 dari 10 responden mengatakan YA dan sisanya mengatakan TIDAK
2	Kamis, 01 April 2021	Apakah pelayanan toko menjadi salah satu hal yang membuat anda tertarik untuk berbelanja di Griya Grand Cinunuk?	6 dari 10 responden mengatakan YA dan sisanya mengatakan TIDAK
3	Kamis, 01 April 2021	Apakah anda merasa nyaman berbelanja di Griya Grand Cinunuk?	7 dari 10 responden mengatakan YA dan sisanya mengatakan TIDAK
4	Kamis, 01 April 2021	Apakah anda merasa puas berbelanja di Griya Grand Cinunuk	6 dari 10 responden mengatakan YA dan sisanya mengatakan TIDAK

No	Hari/Tanggal	Pertanyaan	Hasil
5	Kamis, 01 April 2021	Apakah suasana nyaman dan menarik membuat anda berlama-lama berada di Griya Grand Cinunuk?	7 dari 10 responden mengatakan YA dan sisanya mengatakan TIDAK
6	Kamis, 01 April 2021	Apakah penyusunan dan penempatan barang di Griya Grand Cinunuk sudah dirasa cukup rapi dan nyaman saat memilih barang?	4 dari 10 responden mengatakan YA dan sisanya mengatakan TIDAK
7	Kamis, 01 April 2021	Apakah terdapat keluhan terkait suasana toko dan pelayanan di Griya Grand Cinunuk?	8 dari 10 responden mengatakan YA dan sisanya mengatakan TIDAK

Sumber : Data diolah peneliti 2021

Berdasarkan dari hasil mini survey yang dilaksanakan peneliti maka kesimpulan dapat diambil adalah 55% jawaban responden mengatakan YA, artinya pelanggan tertarik untuk mengunjungi dan berbelanja di Griya Grand Cinunuk. Sebagian besar pelanggan mengungkapkan bahwa mereka tertarik untuk mengunjungi dan berbelanja di Griya Grand Cinunuk ini karena suasana nyaman dan pelayanan toko dirasa cukup baik akan tetapi masih ada responden yang memiliki keluhan terhadap hal-hal yang berkaitan atau berhubungan dengan suasana toko dan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Griya Gand Cinunuk.

Dalam menghadapi kompetitornya, perusahaan retail Griya Grand Cinunuk telah melakukan beberapa upaya guna meningkatkan kepuasan pelanggan, dan berupaya meningkatkan suasana toko di luar toko, seperti membangun tempat parkir, namun hanya menggunakan satu jalur keluar parkir yang dioperasikan. Akibatnya sering terjadi keramaian bahkan kemacetan. Selain itu, masih ada

beberapa area yang perlu ditingkatkan dalam suasana toko, yakni pada beberapa area jarak antar rak pajangan terlalu sempit sehingga membuatnya sangat sesak, sulit dilalui konsumen saat membeli, dan masalah dengan pengaturan penyimpanan di toko masih menumpuk di bagian depan toko, seperti produk promosi, menjual pakaian dengan harga diskon di depan toko, dan kurangnya penerangan di daerah tersebut.

Toserba Griya Grand Cinunuk juga memiliki keunggulan dalam hal pelayanan yang sangat menarik agar tetap bisa bersaing dengan toko-toko retail yang sudah berbasis online guna menunjang kemudahan pelanggan, seperti penerbitan sistem berbelanja online dengan basis website, yang akan memudahkan konsumen atau pelanggan dalam melakukan kegiatan belanja, namun masih memiliki kekurangan yang harus dievaluasi yaitu terkadang pelayan kurang peka dan kurang tanggap saat memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis, perusahaan harus menentukan strategi untuk menarik konsumen. Strategi ini untuk meningkatkan suasana toko dan layanannya. Selama rencana dan prosedur pelaksanaannya dilaksanakan dengan baik, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui suasana toko dan aktivitas pelayanan.

Berdasarkan uraian tadi, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang suasana toko, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Toserba Griya Grand Cinunuk. Hasil penelitian ini dituangkan dalam Penelitian yang berjudul : “Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Griya Grand Cinunuk”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian di atas, peneliti mengidentifikasi permasalahan berikut ini:

1. Tampak depan toko yang terhalang oleh parkir luas dibagian depan toko, kurang pencahayaan di bagian depan toko.
2. Jalur keluar parkir yang hanya satu yang dioperasikan sehingga seringkali terjadi kemacetan.
3. Bagian dalam toko mengenai susunan penyimpanan barang masih bertumpuk di bagian depan, seperti produk-produk promo dan juga penjualan baju dengan harga diskon di depan toko.
4. Jarak antar rak penyimpanan terlalu sempit sehingga pelanggan cenderung kesulitan berlalu-lalang saat toko sedang ramai.
5. Pelayanan berbasis online melalui website belum menyebar ke seluruh lapisan masyarakat dan kurangnya kepekaan karyawan dan kelincahan karyawan dalam hal memberikan layanan kepada pelanggan.

C. Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang masalah yang didapati di atas, maka peneliti mengemukakan rumusan pertanyaan berikut ini:

1. Apakah terdapat pengaruh suasana toko terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Seberapa besar pengaruh secara simultan suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Bagi sebuah penelitian, tentunya terdapat tujuan dilakukannya penelitian tersebut, berdasarkan hal tersebut, tujuan daripada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah suasana toko dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

E. Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Harapannya bahwa hasil daripada penelitian ini bisa menjadikan sebuah informasi atau laporan yang tentunya bisa bermanfaat yang dapat menjadikan penelitian ini sebuah acuan atau referensi untuk meningkatkan derajat kualitas pelayanan perusahaan sehingga pada nantinya mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Konsumen

Harapannya pada penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi konsumen atau pelanggan semoga lebih detail dalam memutuskan tempat belanja yang nyaman dan yang memberi pelayanan yang diharapkan.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Harapannya pada penelitian ini mampu memberikan wawasan atau pemahaman dan pengetahuan tentang manajemen pemasaran, serta penelitian tentang suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Bagi Pihak Lain

Harapannya pada penelitian ini dapat menjadi masukan dan referensi bagi semua pihak yang berkepentingan dengan masalah kepuasan pelanggan.

F. Kerangka Pemikiran

Kepuasan pelanggan adalah salah satu bagian yang sangat berguna untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan di setiap perusahaan. Kepuasan (*satisfaction*) yakni kondisi perasaan senang atau kecewa dengan membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari produk dengan harapan mereka (Kotler dan Keller 2012). Apabila kinerja, kemampuan atau kapasitasnya tak sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan merasakan ketidakpuasan. Apabila kinerjanya memenuhi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Apabila kinerjanya melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat senang dan puas. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh banyak faktor atau elemen, seperti kenyamanan dan kualitas layanan, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1. Pengaruh Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan

Jika konsumen merasakan kepuasan dengan produk yang diberikan oleh perusahaan, maka mereka akan tertarik untuk membeli kembali berbagai produk yang disediakan oleh perusahaan, terlebih jika perusahaan mengambil langkah-langkah stimulus guna meningkatkan nilai kepuasan pelanggan, seperti suasana toko yang nyaman serta kualitas pelayanan yang baik. Suasana toko ini adalah salah satu dari banyak rangsangan penting dari bauran ritel yang dapat memberikan efek pada kepuasan pelanggan, karena konsumen atau pelanggan tidak hanya memungkinkan untuk bereaksi pada produk yang hadir, akan tetapi juga memungkinkan peritel bereaksi terhadap suasana toko saat berbelanja. Aktivitas berbelanja ini merupakan suatu aktivitas manusia yang membutuhkan suasana hati yang menyenangkan, semakin perusahaan dapat menciptakan suasana toko yang menyenangkan melalui tata letak atau *layout*

dan menyimpan warna pada musik atau lagu maka semakin dapat memikat wisatawan untuk melakukan aktivitas transaksi (Taufik Amir, 2005).

Suasana toko dirancang untuk menarik perhatian konsumen. Mempermudah mereka untuk menemukan dan mendapatkan barang-barang yang mereka butuhkan, meninggalkan ruangan atau toko dalam waktu yang lama, menginspirasi mereka untuk membuat atau merancang rencana pembelian secara spontan, serta meningkatkan kepuasan dalam hal aktivitas berbelanja. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa suasana toko yang baik akan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan

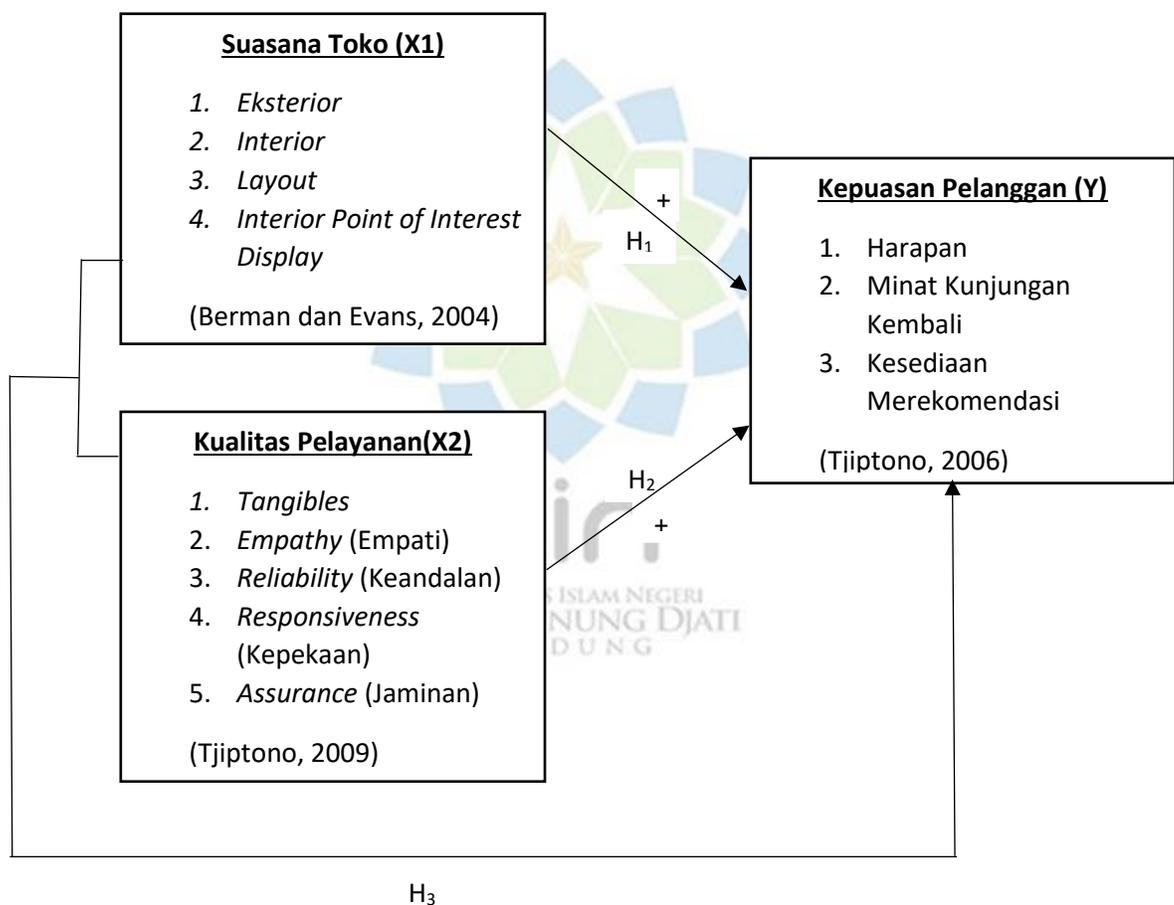
Kualitas layanan mengacu pada pemberian layanan yang melampaui tingkat kepentingan daripada pelanggan (Rangkuti, 2006). Adapun pendapat Menurut Fandy Tjiptono (2007) kualitas layanan mengacu pada usaha atau upaya untuk memberikan layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan serta memberikan ketepatan dan kecermatan untuk menyeimbangkan harapan atau ekspektasi pelanggan.

Lewis dan Booms mengemukakan dalam Fandy Tjiptono dan Chandra (2005) bahwa kualitas layanan adalah barometer apakah tingkat atau taraf layanan yang diberikan memenuhi ekspektasi daripada pelanggan. Berdasarkan sudut pandang tersebut, maka boleh disimpulkan terdapat beberapa aspek yang bisa mempengaruhi kualitas pelayanan, yakni pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan atau pelayanan yang dipersepsikan oleh pelanggan. Jika pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka kualitas pelayanan bisa dianggap baik atau positif. Jika layanan yang dipersepsikan melebihi layanan yang diharapkan oleh konsumen maka kualitas layanan dianggap sebagai kualitas yang ideal. Begitu juga sebaliknya, jika pelayanan yang

dipersepsikan lebih buruk dari pelayanan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dianggap negatif atau buruk. Maka dari itu, kualitas pelayanan bergantung atau terikat pada kemampuan penyedia layanan untuk secara konsisten dan stabil memenuhi harapan pelanggan.

Gambar 1. 2

Kerangka Berpikir



Sumber : Data diolah peneliti (2021)

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan sebelum adanya penelitian ini yang menggunakan variabel serupa dengan penelitian ini. Tabel berikut akan memberikan gambaran mengenai penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Tabel 1. 4
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Dinny Peristiwa (2015)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cyclo Cafe Di Sidoarjo	Variabel (Y) : Kepuasan Pelanggan Variabel (X) : Kualitas Layanan	Melalui beberapa indikator yang dijadikan ukuran terhadap kepuasan pelanggan dalam kualitas layanan, hasilnya adalah berpengaruh atau berefek secara signifikan dan positif terhadap kualitas layanan
2	Muhammad Demas Nurdiansyah dan Matadji (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Togamas	Variabel (Y) : Kepuasan Pelanggan Variabel (X) : Kualitas Layanan,	- semua variabel yang ada pada penelitian berpengaruh secara positif dan Variabel harga mempunyai pengaruh yang

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		Gajah Mada Sidoarjo	Harga Dan Atmosfer Toko	<p>dominan terhadap kepuasan pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - secara simultan pada faktor variabel kualitas pelayanan, harga dan atmosfer toko berpengaruh atau berefek secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan di toko buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo. - kualitas pelayanan, harga dan atmosfer toko berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan - Variabel kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				parsial secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3	Maria Kristiana (2017)	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya	Variabel (Y) : Kepuasan Pelanggan Variabel (X) : Store Atmosphere dan Kualitas Layanan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Store atmosphere</i> berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya dengan tingkat signifikansi yang rendah. - Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya dengan tingkat signifikansi yang cukup. - Secara simultan <i>store atmosphere</i> dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya dengan tingkat signifikansi yang cukup.
4	Ratna Sumirat (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Santosa Lembang	Variabel (Y) : Kepuasan Konsumen Variabel (X) : Kualitas Layanan	variabel kualitas layanan (X) yang meliputi variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 33,5% sedangkan sisanya 66,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian, salah satunya yaitu faktor lokasi yang mudah dijangkau
5	Isnanda Zainur	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Atmosfer Toko	Variabel (Y) : Kepuasan Pelanggan	semua dimensi dari kualitas layanan (<i>tangibles, reliability,</i>

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Rohman (2018)	Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel	Variabel (X) : Kualitas Layanan Dan Atmosfer Toko	<i>responsiveness</i> , assurance, and empathy) dan atmosfer toko terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko ritel
6	Nufikha Muzdalifah (2019)	Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Honda 99	Variabel (Y) : Kepuasan Pelanggan Variabel (X) : <i>Store</i> <i>Atmosphere</i> , Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan	<i>Store atmosphere</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan bengkel Honda 99, Kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, dan Citra perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan bengkel Honda 99 cabang Mayjend Sungkono Surabaya

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
7	Iin Sofiyatin Hamidiyah dan Lilis Sugi Rahayu Ningsih (2020)	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Rumah Makan Asela Sampang)	Variabel (Y) : Kepuasan Konsumen Variabel (X) : <i>Store Atmosphere</i> dan Kualitas Layanan	store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Asela Sampang. Kualitas layanan berpengaruh atau berefek terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Asela Sampang. Variabel kualitas layanan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di rumah makan Asela.
8	Achmad Nizar Thaib (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Toys City Mall	Variabel (Y) : Kepuasan Pelanggan Variabel (X) : Kualitas Layanan,	- layanan mendukung peningkatan kepuasan pelanggan Toko Toys City Mall Sumarecon Bekasi. - Suasana toko mendukung

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		Sumarecon, Bekasi	Dan Suasana Toko	peningkatan kepuasan pelanggan Toko Toys City Mall Sumarecon Bekasi. - Kualitas layanan dan suasana toko mendukung peningkatan kepuasan pelanggan Toko Toys City Mall Sumarecon Bekasi.

Sumber : Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan pada data tabel diatas bahwa penelitian sebelumnya memberikan hasil pada penelitian terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau konsumen secara keseluruhan dengan variabel yang mempengaruhi yaitu suasana toko, harga, kualitas layanan, dan fakkor-faktor pengaruh lain yang dapat memberikan pengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan dapat dibuktikan melalui penelitian-penelitian tersebut.

G. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada analisis teori-teori dan penelitian terdahulu di atas, maka peneliti menarik hipotesis sementara, yaitu sebagai berikut:

- Hipotesis 1: Suasana Toko berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Griya Grand Cinunuk.

- Hipotesis 2: kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Griya Grand Cinunuk.
- Hipotesis 3 : Suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Griya Grand Cinunuk

