BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini membawa dampak yang cukup besar bagi perkembangan dunia bisnis, Pasar terbuka luas, peluang menjadi semakin lebar, berbagai macam alternatif pilihan produk yang diberikan konsumen pun semakin banyak dan membuat semakin berkembangnya ekspektasi konsumen untuk memenuhi sesuatu yang diinginkannya. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk bisa memberikan kepuasan kepada konsumennya, hal ini agar pelaku bisnis dapat mempertahankan bisnisnya secara berkesinambungan dengan toko-toko lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama.

Dampak dari globalisasi pada dunia bisnis membuat para pegiat bisnis menjadi lebih kreatif dalam memberikan pelayanannya terhadap konsumen, bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap konsumen dan dapat memiliki daya saing yang kuat di pasar. Tingkat persaingan yang tinggi dan hambatan-hambatan yang dihadapi oleh para pelaku bisnis dalam memperebutkan dan mempertahankan konsumennya akan mengakibatkan terjadinya daya kompetitif yang sangat besar, dengan demikian para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dalam menentukan strategi-strategi yang seharusnya diterapkan dalam bisnis mereka, salah satunya di industri musik.

Dalam industri musik, globalisasi telah menciptakan kerangka kerja yang menghubungkan berbagai tradisi musik di seluruh dunia, memungkinkan pertukaran ide dan inspirasi antara budaya yang berbeda. Kemajuan teknologi khususnya internet dan platform streaming telah membuka akses terhadap berbagai jenis musik di berbagai belahan dunia dan mengubah cara orang mendengarkan musik.

Globalisasi telah secara signifikan memengaruhi industri musik dengan memfasilitasi pertukaran budaya yang lebih luas, meningkatkan aksesibilitas dan distribusi musik melalui internet, memengaruhi tren dan gaya musik, dan memperkenalkan teknologi produksi musik yang lebih efisien. seperti distribusi musik digital penyebaran musik melalui platform digital seperti Spotify, Apple music, dan Youtube.

Salah satu bidang usaha di industri musik diantaranya adalah usaha rilisan fisik seperti kaset pita dan piringan hitam, meskipun industri musik telah mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan berjalannya waktu. Sebelum era digital, toko kaset musik merupakan tempat utama bagi para penggemar musik untuk memperoleh dan menikmati karya-karya musisi favorit mereka. Namun, dengan munculnya teknologi digital dan platform streaming, toko kaset musik menghadapi tantangan yang signifikan, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh toko kaset musik adalah persaingan semakin ketat dari platform streaming musik dan penjualan musik digital. Hal ini menyebabkan faktor penurunan jumlah pelanggan dan pendapatan bagi toko kaset musik. Selain itu, faktor-faktor seperti

biaya sewa tempat dan pengeluaran operasional juga menjadi hambatan dalam menjaga kelangsungan usaha toko kaset musik.

Meskipun toko kaset musik menghadapi tantangan yang serius, relevansinya dalam industri musik masih dapat diakui. Beberapa pelanggan masih memilih pengalaman mendengarkan musik melalui kaset fisik, baik karena alasan nostalgia maupun kualitas suara yang dihasilkan. Selain itu, toko kaset musik juga dapat menjadi tempat bagi kolektor dan pecinta musik untuk menemukan barang-barang langka dan eksklusif yang mungkin tidak tersedia secara digital. Oleh karena itu, memahami tantangan yang dihadapi toko kaset musik dapat membantu dalam mengidentifikasi strategi yang tepat untuk menjaga keberlangsungan dan relevansi mereka dalam industri musik yang terus berkembang. Toko kaset musik menghadapi berbagai tantangan dalam mengikuti perubahan industri, namun mereka juga memiliki peluang untuk menonjol melalui diferensiasi, pengalaman belanja yang unik.

Tabel 1. 1 Daftar Toko Rilis Fisik di Bandung

Tempat	Alamat
Kineruku	Jl. Hegarmanah No.52, Bandung
Omuunium	Jl. Ciumbuleuit No.151, Bandung
Keep keep musik	Jl. Kiputih No.1, Bandung
D.U musik 68	Jl. Dipatiukur No.68, Bandung

Sumber : authenticity.id

Toko kaset musik sering kali memiliki nilai historis dan sentimental bagi komunitas lokal atau penggemar musik tertentu. Penelitian tentang nilai budaya dan

sejarah toko kaset musik dapat memberikan wawasan tentang keunikan dan keberlanjutan mereka dalam era digital saat ini.

Dipatiukur (D.U) musik 68 sesuai namanya toko ini berada di jalan Dipatiukur, No 68, Bandung. Toko ini merupakan toko rilisan fisik yang sudah buka sejak awal tahun 2000 yang awalnya hanya menjual rilisan fisik bekas yang harganya terjangkau, karena pada zaman itu rilisan fisik sedang ramai sehingga banyak toko toko rilisan fisik yang masih buka, oleh karena itu toko D.U musik 68 ini menjual rilisan fisik bekas jadi harganya lebih murah. Seiring berjalannya waktu, pergeseran tren menikmati musik ke era digital memberi sumbangsih terhadap tumbangannya banyak toko rilisan fisik, toko ini adalah salah satu yang masih bertahan sampai sekarang.

Setiap toko memiliki strategi pemasarannya masing-masing untuk memikat hati pelanggan yang ditujunya. Salah satu cara untuk membuat pelanggan meningkat serta terus bertahan adalah dengan membuat pelanggan memiliki loyalitas, Menurut Griffin (2005) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Store atmosphere menurut Sujana (2012) dapat didefinisikan sebagai segenap aspek interior (ruang dalam toko) yang mempengaruhi penjualan, terutama meliputi pencahayaan (lighting), pewarnaan (color), musik, dan wangi atau aroma. Dengan berbagai cara tampilan bangunan, menetapkan tema apa yang ditawarkan

perusahaan dengan kualitas dan pelayanannya. Oleh karena itu, tampilan harus mencerminkan “kepribadian” dari perusahaan. Toko D.U musik 68 ini memiliki tampilan yang simple dan rapih.

Menurut Philip Kotler (2010) dalam bukunya Manajemen Pemasaran edisi ke dua belas, kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi *word of mouth* dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan kepuasan pelanggan.

Setiap toko harus memberikan kualitas pelayanan yang baik agar pelanggan merasa puas dan diharapkan melakukan pembelian ulang. Saat ini masih banyak toko rilisan fisik di Kota Bandung yang memberikan kualitas pelayanan terbaik dan juga menawarkan *store atmosphere* yang beragam.

Ribuan koleksi kaset yang terdapat di toko D.U musik membuat beberapa musisi tanah air berdatangan untuk membeli dan berbincang mengenai musik di toko ini, bahkan sampai sekarang toko D.U musik 68 ini masih eksis di tengah gempuran platform digital yang semakin banyak, tak heran jika toko ini masih berdiri sampai sekarang, dengan suasana toko yang masih seperti era 90 an membuat suasana mendengarkan kaset lebih nyaman dan terasa lebih terbawa suasana, selain itu kualitas pelayanan yang baik membuat para pelanggan senang berbelanja di toko D.U musik 68 ini, selain sebagai tempat berbelanja kaset atau

rilisan fisik di toko D.U musik 68 ini juga bisa sebagai tempat berdiskusi mengenai musik.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, penulis ingin memfokuskan penelitian pada toko D.U musik 68 ini yang berlokasi pada Jl. Dipatiukur, No 68, Bandung. Dengan faktor suasana, dari situlah kenyamanan pelanggan harus di Nomor satukan, oleh karena itu munculah permasalahan apakah *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas yang berkaitan dengan *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan loyalitas pelanggan serta permasalahan lain yang terjadi pada bisnis di industri musik, yang salah satunya adalah semakin banyaknya flatform digital. Sangat disarankan bisnis tersebut harus memberikan pelayanan yang maksimal agar dapat mempertahankan pelanggan. Karena mempertahankan ini lebih sulit dibandingkan dengan mencari pelanggan baru.

Lalu bisnis Toko ini juga harus memberikan suasana yang unik dan nyaman, namun tidak hanya memberikan suasana yang unik dan nyaman saja, tetapi dengan menciptakan rasa emosi dan perasaan yang berbeda dari bisnis Toko yang lain, sehingga pelanggan dapat loyal terhadap bisnis ini. Apabila perusahaan tidak menyadari pentingnya *store atmosphere* dan kualitas pelayanan, ini akan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Yang itu semua demi tercapainya tujuan perusahaan, yaitu untuk meningkatkan *profit*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas terdapat beberapa pertanyaan rumusan masalah, pertanyaannya sebagai berikut :

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Toko D.U Musik 68?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Toko D.U Musik 68?
3. Apakah *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Toko D.U Musik 68?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara objektif apakah ada pengaruh dari *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui secara objektif apakah ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui secara objektif apakah ada pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

E. Manfaat Hasil Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi beberapa pihak, diantaranya:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan Toko D.U musik 68 dalam menjalankan strategi pemasaran yang lebih baik lagi. Khususnya dalam *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan penulis wawasan yang lebih luas, karena langsung didapat dari dunia bisnis secara langsung, dan sekaligus dapat menerapkan teori serta konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh penulis selama kuliah, Khususnya mengenai *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi atau bahan kajian lebih lanjut dalam *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Guna menjadi pemecah kebuntuan dalam strategi pemasaran karena tingkat persaingan usaha yang semakin menjadi-jadi akhir-akhir ini.