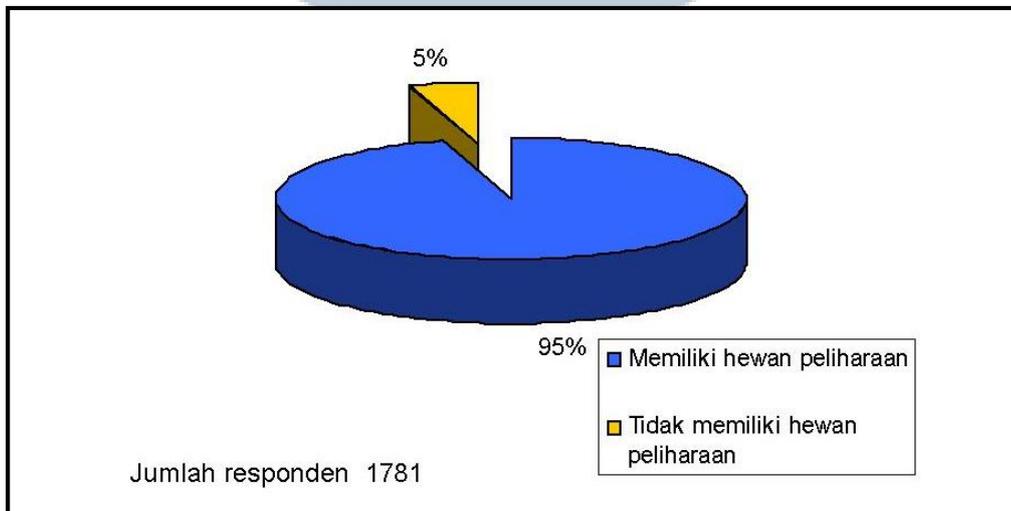


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa modern ini hobi memelihara hewan merupakan gaya hidup baru. Menurut survei sebuah Organisasi Konservasi Nasional yaitu Burung Indonesia yang didukung oleh Pelestarian Burung Indonesia (PBI), Nielsen Survei Indonesia, Aksenta, Universitas Oxford, dan Darwin *Initiative* dimana telah dilakukan di enam kota yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Jogjakarta, Surabaya, dan Denpasar pada tahun 2006 dengan jumlah responden 1.781 terdapat 95% memiliki hewan peliharaan dan 5% tidak memiliki hewan peliharaan.

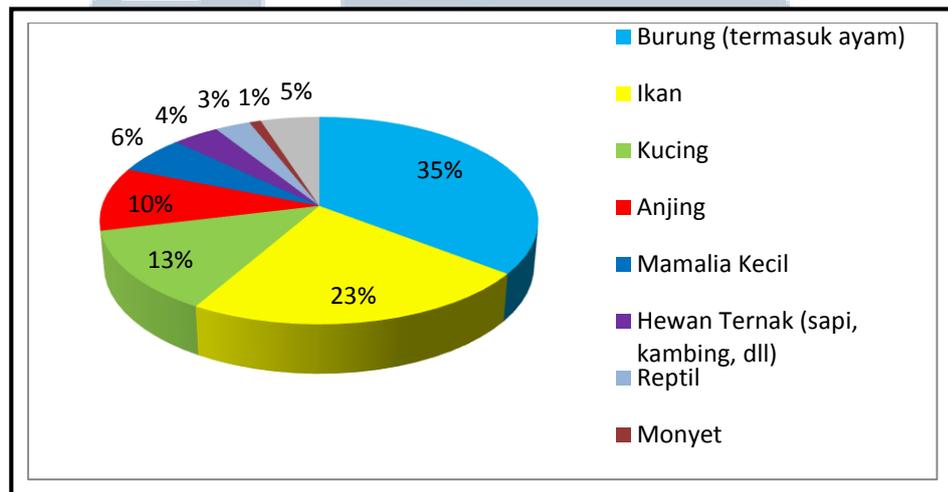


Sumber : www.omkicau.com

Gambar 1.1 Persentase Rumah Tangga yang Memiliki Hewan Peliharaan

Kemudian berdasarkan hasil survei diketahui terdapat beberapa jenis hewan peliharaan yang dibagi kedalam beberapa kategori yaitu, burung (termasuk ayam), hewan ternak (sapi, kambing,dll), ikan, reptil, kucing, monyet, anjing,

mamalia kecil, dan lain-lain. Dari gambar 1.2 dapat kita lihat persentase terbesar adalah hewan peliharaan burung sebesar 35% kemudian disusul oleh ikan sebesar 23%, kucing sebesar 13%, sedangkan anjing menduduki posisi keempat dengan presentase 10% dan seterusnya.



Sumber : www.omkicau.com

Gambar 1.2 Kategori Hewan Peliharaan

Setiap orang memiliki hobi yang berbeda dalam memilih hewan peliharaannya, hewan yang sering dipelihara terdiri dari beberapa jenis seperti burung, ikan, kucing, anjing, mamalia kecil, hewan ternak, reptil, monyet, dan sebagainya.

1. Burung

Merupakan hewan peliharaan yang cukup diminati dan berdasarkan hasil survei alasan para pecinta burung yaitu, merasa nyaman dengan kicauan burung setiap pagi hari. Beberapa jenis burung yang paling banyak dipelihara adalah *dove* (perkutut dan derkuku), *songbird* (burung berkicau), ayam, burung merpati, dan burung langka (Muslim, n.d.).



Sumber : www.google.com

Gambar 1.3 Burung

2. Ikan

Hobi memelihara ikan menjadi sebuah kepuasan tersendiri dari si pemilik karena berhasil merawat ikan hingga semakin besar dan cantik (“Mengenal jenis-jenis Ikan Hias,” n.d.). Beberapa ikan hias yang sering dipilih untuk dipelihara adalah ikan maskoki, ikan oskar, ikan mas, ikan cupang.



Sumber : www.google.com

Gambar 1.4 Ikan

3. Kucing

Kucing merupakan hewan yang lincah dan selalu berusaha mendarat dengan menggunakan kaki, mereka juga tidak buta warna serta dapat melihat lebih tajam ketika malam hari (Adnamazida, 2012). Kucing yang sering dipelihara adalah kucing persia, kucing *exotic*, kucing anggora, kucing himalayan.



Sumber : www.google.com

Gambar 1.5 Kucing

4. Anjing

Hewan peliharaan ini merupakan hewan yang dapat menjadi sahabat manusia karena anjing merupakan hewan yang setia memiliki umur yang cukup panjang. Bermain dengan anjing sudah diyakini dapat menghilangkan stres dan dapat menjadi terapis yang tepat (Prawira, 2014). Jenis anjing yang terpopuler yaitu anjing Maltese, Boston Terrier, Pugs,

Pomerian, Chihuahua, Miniature Schnauzer, Shih Tzu, Miniatur Poodle, Dachchund, dan Yorkshire Terrier (Ananda, 2012).



Sumber : www.google.com

Gambar 1.6 Anjing

5. Mamalia Kecil

Mamalia kecil biasanya merupakan hewan pengerat umumnya terlihat lucu dan menggemaskan sehingga sering menjadi pilihan untuk dipelihara. Mamalia kecil yang paling sering dipelihara adalah hamster, tupai, *sugar glider*, musang, dan landak mini.

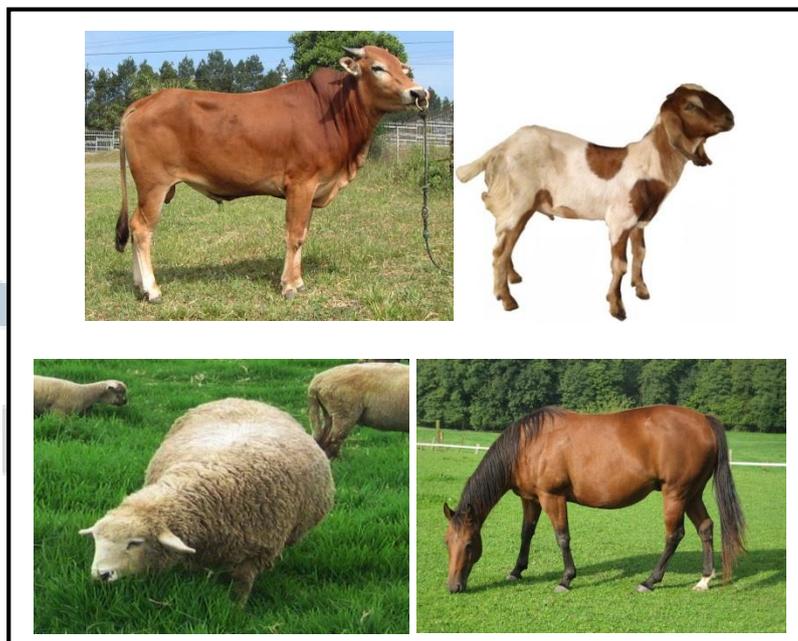


Sumber : www.google.com

Gambar 1.7 Mamalia Kecil

6. Hewan Ternak

Hewan ternak sangat mudah ditemukan di kehidupan sehari-hari salah satu contohnya adalah sapi, kambing, domba, kuda dan sebagainya. Untuk memelihara hewan ternak sangat dibutuhkan tempat yang cukup luas seperti ladang ataupun lapangan.



Sumber : www.google.com

Gambar 1.8 Hewan Ternak

7. Reptil

Reptil merupakan hewan yang berciri-ciri memiliki tulang belakang, memiliki sisik disekujur tubuh, bertelur, dan bernafas dengan paru-paru (Saputra, 2013). Reptil sendiri saat ini juga banyak diminati oleh penggemar hewan, beberapa jenis reptil yang aman untuk dipelihara seperti *cornsnake*, kadal Argentina, *ball python*, iguana biru, *molurus python albino*, *spiderman lizard*, dan *Gecko Lizard* (Priyanto, 2014).



Sumber : www.google.com

Gambar 1.9 Reptil

8. Monyet

Monyet merupakan hewan banyak menghabiskan waktu di pohon. Hewan pengonsumsi buah-buahan dan serangga ini sekarang menjadi salah satu pilihan hewan peliharaan. Mereka merupakan hewan yang mampu beradaptasi dengan manusia bahkan mereka dapat membantu pekerjaan manusia (“Mengenal Berbagai Jenis Monyet,” n.d.). Monyet ekor panjang merupakan monyet yang sering dipelihara dikarenakan sangat akrab dengan kehidupan manusia.



Sumber : www.google.com

Gambar 1.10 Monyet Ekor Panjang

Dari berbagai jenis hewan yang sering dipelihara, para penggemar hewan memiliki alasannya masing-masing. Para penggemar hewan umumnya banyak menghabiskan biaya untuk membeli dan merawat hewan yang diinginkan dengan biaya yang cukup beragam juga.

Dari berbagai jenis hewan yang telah disebutkan sebelumnya, anjing merupakan salah satu hewan mamalia yang paling setia, mudah dilatih, dan dapat diajak berinteraksi dengan manusia. Anjing juga banyak digemari karena sifat yang penuh kasih dan pengabdianya (Destriyana, 2012). Mereka merupakan hewan yang dapat mengikuti instruksi pemiliknya dan juga hewan yang ramah. Selain itu anjing juga menjadi penjaga rumah yang baik dan menjaga pemiliknya dari bahaya. Mereka dapat membedakan pemiliknya dengan orang lain meskipun diberi makanan oleh orang lain. Hal tersebut yang membuktikan kesetiaan anjing kepada pemiliknya.

Beberapa alasan memelihara hewan peliharaan anjing selain dapat dijadikan sebagai sahabat yaitu, membuat jantung mudah beradaptasi, melindungi dari infeksi saluran pernafasan, mengurangi resiko stres, menurunkan tekanan darah, melindungi dari alergi, menangkal depresi dan juga meningkatkan rasa percaya diri (“9 Manfaat Memelihara Binatang,” 2013). Melihat bahwa anjing merupakan hewan yang dapat berinteraksi dengan manusia, baik bermain dan menanggapi instruksi, hal ini yang membuat hewan peliharaan anjing akan mengalami peningkatan dalam peminatan para pecinta hewan peliharaan.

Sebagai pecinta anjing biasanya mereka akan sadar bahwa memiliki tanggung jawab lebih dengan mengambil keputusan untuk merawat hewan kesayangannya. Terutama untuk memelihara anjing memerlukan biaya perawatan yang cukup besar. Sebagian pemilik hewan peliharaan anjing yang memiliki waktu luang, mereka dapat membeli peralatan di *petshop* kemudian memberikan perawatan sendiri pada hewan kesayangannya. Namun untuk beberapa pecinta hewan peliharaan anjing yang sibuk dengan kegiatan sehari-hari seperti bekerja, sekolah, dan kegiatan lainnya maka hewan kesayangannya akan diberikan perawatan menggunakan jasa *petshop*. Pengusaha bisnis *petshop* memanfaatkan waktu sibuk para pecinta anjing dengan menawarkan fasilitas dan juga *service* yang sangat membantu para pemilik hewan anjing untuk memberikan perawatan kepada hewan kesayangannya. Melihat fenomena hobi memelihara anjing dan waktu yang terbatas dari pecinta anjing, merupakan alasan terus bermunculan bisnis *petshop* di Bandung.

Bandung merupakan tempat berwisata yang cukup diminati dan sering dipilih oleh wisatawan. Hal ini juga yang menjadi salah satu alasan terus meningkatnya bisnis *petshop* di Kota Bandung. Selain melihat kondisi cuaca sejuk dan masih asri, menciptakan bisnis *petshop* yang unik untuk para wisatawan dapat membuat konsumen merasa puas.

Petshop awalnya merupakan sebuah bisnis ritel yang hanya menjual barang-barang untuk hewan peliharaan. Barang-barang yang dijual berupa makanan anjing, mainan, aksesoris anjing, kandang, dan sebagainya. Kemudian berkembang hingga ada juga *petshop* yang memberikan fasilitas hotel, *grooming* bahkan fasilitas kolam renang. Melihat terus berkembangnya industri *petshop* maka diperlukan sebuah inovasi untuk menjadi pilihan konsumen.

Rumah Guguk adalah salah satu *petshop* yang memiliki keunikan dan menyediakan fasilitas yang lengkap serta menawarkan harga yang kompetitif. Rumah Guguk sudah berdiri sejak 2012 berawal dari toko sederhana (kecil) kemudian berkembang menjadi toko yang cukup besar dengan mengutamakan kenyamanan serta menyediakan kebutuhan dan pelayan (anjing) yang terbaik untuk para wisatawan dan juga pecinta anjing.



Sumber : www.rumahguguk.com

Gambar 1.11 Logo Rumah Guguk

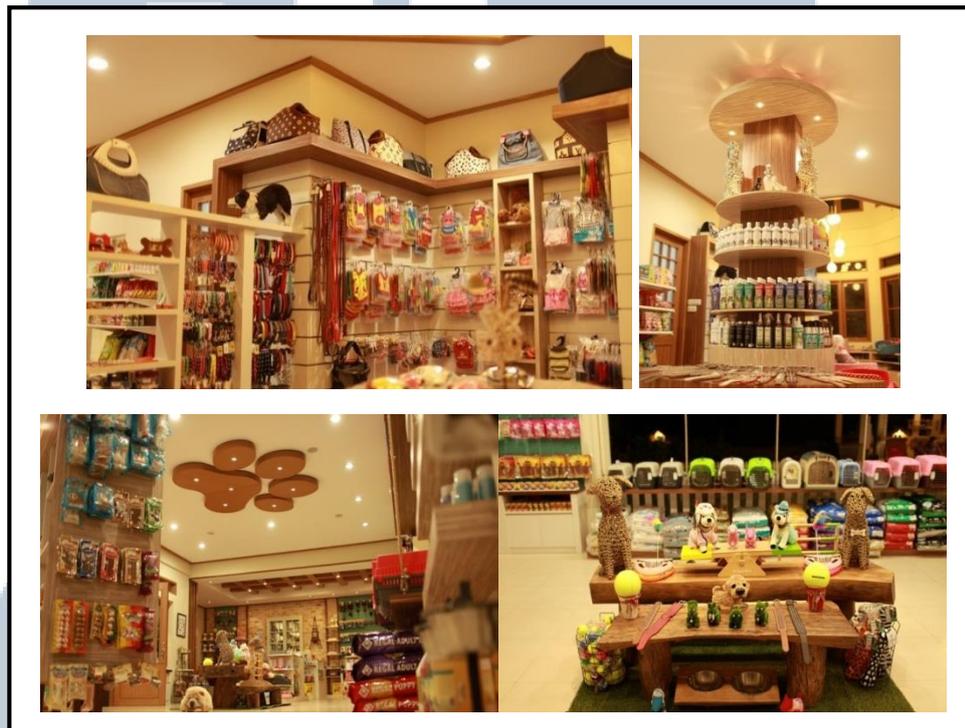
Rumah Guguk merupakan toko hewan peliharaan yang menyediakan berbagai fasilitas seperti makanan, susu, obat-obatan, mainan, aksesoris, mangkok, *supplement*, hotel, *grooming*, hingga fasilitas kolam renang yang dapat digunakan oleh hewan peliharaan. Selain menyediakan fasilitas lengkap, Rumah Guguk juga tidak terlihat seperti toko *petshop* pada umumnya karena mereka menyediakan suasana yang nyaman untuk para pecinta anjing dan juga hewan kesayangannya sehingga dapat menghabiskan waktu bersama. Dengan menyediakan sofa yang nyaman untuk para pemelihara anjing sambil melihat anjing kesayangan bermain dengan anjing-anjing lainnya.



Sumber : www.rumahguguk.com

Gambar 1.12 Fasilitas Rumah Guguk

Rumah Guguk sendiri memiliki konsep dasar yaitu, “*One Stop Lifestyle*” yang dapat memberikan pengalaman berbelanja yang sensasional dan eksklusif (“*About Rumah Guguk*”, 2014). Tidak hanya mempertimbangkan konsep, mereka juga menyadari bahwa Indonesia memiliki sifat ritel yang kompetitif sehingga Rumah Guguk sendiri menawarkan harga yang sangat terjangkau untuk para pecinta hewan peliharaan.



Sumber : www.rumahguguk.com

Gambar 1.13 *Store* Rumah Guguk

Umumnya mayoritas konsumen berasal dari wilayah Bandung, dimana biasanya Rumah Guguk sering dikunjungi oleh para konsumen tersebut pada hari Senin hingga Kamis. Sedangkan untuk hari Jumat, Sabtu, Minggu banyak konsumen yang datang kesana merupakan konsumen yang berasal luar kota dari Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang hingga Bekasi. Melihat bahwa banyaknya konsumen yang berasal dari Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, serta

Bandung maka penulis ingin meneliti *store image* dan jarak yang ditempuh untuk mencapai Rumah Guguk perlu dipertanyakan, sehingga hal ini perlu diperhatikan dan dipertimbangkan oleh pemilik Rumah Guguk.

Oleh sebab itu, peneliti ingin melihat faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intentions* konsumen pada Rumah Guguk. Peneliti berharap dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi *behavioral intentions* dan *consumer satisfaction* konsumen sehingga dapat memberikan masukan untuk mempertimbangkan *merchandise attributes*, *service attributes*, *store ambience*, *marketing attractiveness* dan *travel distance*, agar dapat meningkatkan penjualan Rumah Guguk.

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena hobi memelihara hewan peliharaan anjing merupakan sebuah peluang yang cukup besar untuk para pengusaha bisnis *petshop*. Secara tidak langsung maka kebutuhan seperti makanan, peralatan, hingga perawatan anjing juga akan mengalami peningkatan. Hal ini menandakan bahwa *petshop* perlu memperhatikan kebutuhan para pecinta hewan dan juga hewan peliharaan agar konsumen merasa puas yang akhirnya melakukan pembelian dan merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu memperhatikan *store image* merupakan hal yang penting untuk menarik konsumen. *Store image* merupakan hal penting karena terjadi pertemuan antara ekspektasi konsumen dengan keadaan yang sebenarnya (Bloemer dan Odekerken-Schroder, 2002). *Store image* terdiri dari empat dimensi yaitu *merchandise attributes*, *service attributes*, *store ambience*, dan *marketing attractiveness* (Hsu, Huang, & Swanson, 2009).

Kepuasan konsumen dapat dilihat sebagai rasa puas yang terpenuhi berdasarkan pengalaman dan penjelasan dari konsumen tersebut (Oliver, 1997 dalam Martenson, 2007). Woodruff et al. (1983) dalam Kuo dan Tang (2011) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional yang tercipta secara cepat dan tercermin dari kinerja secara aktual. Secara umum, memiliki performa bisnis yang baik merupakan hal penting sehingga bisnis tersebut akan memiliki merek dan *customer value* yang juga baik (Kuo dan Tang, 2011). Berdasarkan hal tersebut, Wu (2013) menyatakan bahwa *store image* memberikan pengaruh positif pada *customer satisfaction*.

Untuk merekomendasikan toko kepada orang lain diperlukannya rasa puas konsumen berdasarkan pengalaman, tentu pengalaman tersebut berasal dari *store image* yang baik. Dengan bertemunya persepsi yang sesuai dengan harapan konsumen ketika mendapatkan *experience*, hal ini menciptakan pandangan positif terhadap *store image*. Menurut Wu (2013) semakin baik pandangan konsumen terhadap *store image* maka akan menciptakan keinginan untuk datang kembali dan merekomendasikan toko tersebut kepada orang lain.

Untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, umumnya konsumen akan mempertimbangkan jarak perjalanan dan waktu yang harus ditempuh. Hasil penelitian menyatakan bahwa konsumen umumnya selalu meminimalkan *travel distance* atau waktu perjalanan untuk berbelanja barang kebutuhan sehari-hari (Holton, 1958). *Petshop* merupakan tempat menjual barang kebutuhan sehari-hari untuk hewan peliharaan sehingga sangat penting untuk memperhatikan waktu perjalanan dan jarak yang harus ditempuh oleh konsumen untuk mencapai toko *petshop* tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hsu, Huang dan

Swanson (2009) menyatakan *travel distance* memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wu (2013) *store image* dan kepuasan konsumen mempengaruhi *behavioral intentions*. Dengan semakin tinggi *behavioral intentions* maka perusahaan akan mendapatkan konsumen yang berbicara positif mengenai tokonya, melakukan pembelian kembali dimasa yang akan datang, kemudian memberikan rekomendasi kepada rekan, yang pada dasarnya akan menguntungkan untuk toko tersebut.

Rumah Guguk merupakan bisnis *petshop* yang menawarkan berbagai macam fasilitas dan kebutuhan untuk hewan peliharaan dengan konsep yang sensasional dan eksklusif. Dengan konsep toko yang unik banyak konsumen yang berasal dari Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bandung datang untuk mengunjungi *petshop* tersebut. Dengan melihat pentingnya konsep *store image* dan juga *travel distance* dari Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bandung ke Rumah Guguk yang akan mempengaruhi *customer satisfaction*, maka penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *behavioral intentions* pada Rumah Guguk. Sehingga penulis ingin meneliti tentang “Analisis Pengaruh *Store Image* dan *Travel Distance* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intentions* (Suatu Studi pada Konsumen Rumah Guguk)”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berikut ini merupakan pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini:

1. Apakah *Store Image* Rumah Guguk berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?
2. Apakah *Store Image* Rumah Guguk berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions*?
3. Apakah *Travel Distance* berpengaruh negatif terhadap *Customer Satisfaction*?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *Store Image* Rumah Guguk memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis *Store Image* Rumah Guguk memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis *Travel Distance* memiliki pengaruh negatif terhadap *Customer Satisfaction*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions* di Rumah Guguk.

1.5 Batasan Masalah Penelitian

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Responden pada penelitian ini merupakan pria atau wanita dengan usia minimal 17 tahun berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang,

Bekasi, dan Bandung, dimana responden baru pertama kali berkunjung dan berbelanja di Rumah Guduk dalam waktu 3 bulan terakhir. Responden juga harus pernah mengunjungi *website* Rumah Guduk (www.rumahguduk.com), memiliki rata-rata pengeluaran perbulan untuk keperluan hewan peliharaan minimal Rp 300.000,00 dan sudah pernah menggunakan jasa *petshop* selain Rumah Guduk.

Responden yang dipilih minimal berumur 17 tahun karena responden ini sudah memiliki rasa tanggung jawab dalam memelihara hewan serta dapat berpikir secara logis dan kritis dalam mengambil keputusan.

Penelitian ini mengambil responden yang berdomisili di dari Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bandung karena sebagai konsumen yang harus menumpuh jarak yang cukup jauh untuk mencapai Rumah Guduk di Bandung dapat mempengaruhi *behavioral intentions* konsumen tersebut.

2. Ruang lingkup wilayah penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel di wilayah dari Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bandung.
3. Penelitian ini dibatasi pada variabel *Store Image*, *Travel Distance*, *Customer Satisfaction*, dan *Behavioral Intentions*.

1.6 Manfaat Penelitian

Di dalam penelitian ini tentu akan menghasilkan sebuah kesimpulan, implikasi, dan juga saran pada akhirnya. Dengan melakukan

penelitian, penulis berharap hasil dapat bermanfaat sejalan dengan tujuan penulis sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Bagi kalangan akademis di Universitas Multimedia Nusantara maupun bagi masyarakat umum, penelitian ini memberikan informasi, pengetahuan, atau dapat dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai hubungan *store image* dan *travel distance* khususnya konsep dan strategi bisnis *petshop*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperdalam teori mengenai kepuasan konsumen dan niat konsumen dalam melakukan pembelian langsung pada *store petshop*.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan maupun calon pelaku bisnis, penelitian ini dapat memberikan gambaran, informasi, pandangan, dan masukan yang berguna untuk pembangunan strategi *marketing* terkait pengaruh *Store Image*, *Travel Distance*, terhadap *Customer Satisfaction* yang timbul sehingga dapat mempengaruhi *Behavioral Intentions* pada bisnis *petshop*.

3. Manfaat Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan serta mempelajari cara menganalisis secara langsung mengenai pengaruh *Store Image*, *Travel Distance*, terhadap *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intentions*. Selain itu, melalui penelitian ini penulis berharap dapat memahami penerapan teori pemasaran dan perilaku konsumen yang telah dipelajari selama perkuliahan.

1.7 Sistematika Penelitian Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, di mana antara bab satu dengan yang lainnya memiliki keterkaitan. Adapun sistematika penulisan, yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, berisi latar belakang yang secara garis besar membahas hal-hal yang mengantarkan pada pokok permasalahan, rumusan masalah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian, pertanyaan penelitian yang akan diajukan, tujuan penelitian yang hendak dicapai, batasan masalah dalam melakukan penelitian, dan manfaat yang diharapkan serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini, berisi berbagai kaitan teori dan hasil tinjauan pustaka yang digunakan sebagai dasar dalam menganalisis dan membahas inti permasalahan. Uraian teori akan berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan seperti *Store Image, Travel Distance, Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intentions*.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, akan diuraikan tentang desain dan model penelitian yang digunakan, ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data, dan prosedur pengambilan sampel serta teknik analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, berisi tentang gambaran umum objek penelitian, kemudian paparan mengenai hasil kuesioner yang dikumpulkan, dan mendeskripsikan hasil analisis *output* kuesioner terkait hubungan teori dan hipotesis tentang *Store Image, Travel Distance, Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intentions*.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis akan memberikan kesimpulan dan saran yang dibuat dari hasil penelitian yang menjawab hipotesis penelitian. Berdasarkan kesimpulan maka penulis dapat memuat saran-saran terkait dengan objek penelitian.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA