

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Gambaran Umum Stadium Esport Arena**

Stadium Esport Arena merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Jasa pelayanan Internet yang mulai di buka pada tahun 2017 oleh bapak David Irawan selaku pemilik utama, didirikannya Stadium Esport Arena untuk menyediakan sarana bagi para *gamers* yang ingin mengembangkan keterampilannya dalam memainkan *game*.

#### **1.1.2 Logo Perusahaan**

Adapun Logo Stadium Esport Arena dapat dilihat pada gambar 1.1 sebagai berikut :



**Gambar 1.1 Logo Stadium E-Sport Arena**

*Sumber* :Data Internal Perusahaan

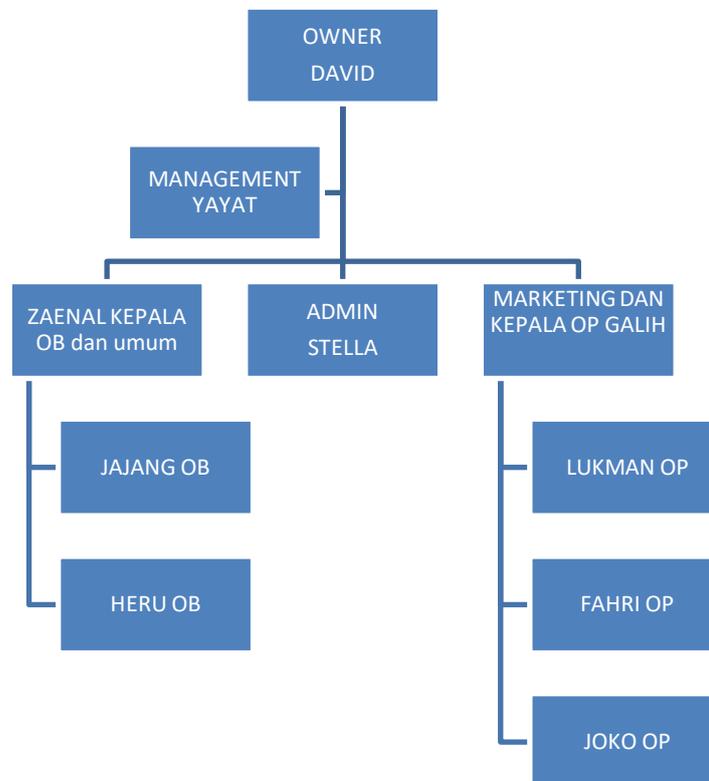
Pada gambar 1.1 menampilkan logo Stadium Esport Arena sesuai dengan nama tempat *Game Center* tersebut Stadium Esport Arena diambil dari tata letak ruangan dan struktur bangunan yang seperti di stadium sehingga konsumen merasakan suasana di dalam sebuah arena stadium yang bergelora, lokasi perusahaan di Jl. Buah Batu No 142A Cijagra, Lengkong Kota Bandung Jawa Barat.

### 1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

- a. Visi  
Mengembangkan dunia *e-Sport* di Bandung
- b. Misi  
Menciptakan Team Professional *e-Sport* menuju kancah internasional

### 1.1.4 Struktur Organisasi

Adapun Struktur Organisasi Stadium Esport Arena adalah sebagai berikut :



**Gambar 1.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

*Sumber:* Data Internal Perusahaan

Adapun *job description* secara umum dari masing-masing posisi yang terdapat dalam struktur organisasi perusahaan Stadium Esport Arena sebagai berikut:

a. *Owner*

Pemilik Stadium Esport Arena, bertanggung jawab atas segala hal yang ada di perusahaan, serta mengatur segala hal yang diinginkan.

b. *Management*

Bertanggung jawab atas segala aktivitas operasional perusahaan dan mencapai target perusahaan dan mengatur seluruh para pegawai.

c. Kepala Umum dan Kepala OB (*Office Boy*)

- 1) Mengurus segala perlengkapan dan peralatan yang ada di perusahaan
- 2) Mengatur segala kinerja OB.
- 3) Mengatur jadwal shift OB.
- 4) Mengatur pemesanan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan oleh perusahaan.

d. *Marketing* dan Kepala OP (Operator)

- 1) Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan pemasaran perusahaan.
- 2) Melakukan kegiatan pemasaran melalui Sosial Media.
- 3) Mengatur seluruh jadwal shift OP.
- 4) Penghubung antara OP dan *Management*.
- 5) Menyalurkan saran dan kritik konsumen ke perusahaan.

e. Admin

- 1) Bertanggung jawab atas laporan perusahaan ke *management*.
- 2) Menyusun laporan keuangan perusahaan.
- 3) Mengatur pembelanjaan perusahaan.

f. OB (*Office Boy*)

- 1) Bertanggung jawab menjaga seluruh keberishan perusahaan.
- 2) Membantu mengarahkan konsumen jika terjadi kendala.

g. OP (Operator)

- 1) Mengurus registrasi dan mengelola data konsumen.
- 2) Mengurus transaksi konsumen.
- 3) Mengurus administrasi konsumen.
- 4) Bertanggung jawab terhadap laporan keuangan di operator

Berikut merupakan konsep *store atmosphere* yang dimiliki Stadium Esport Arena antara lain :

1. Dari sisi bagian luar toko (*exterior*)

Tampilan depan dari Stadium Esport Arena tampak seperti melingkar seperti namanya Stadium sehingga tampak dari luar seperti sebuah stadium ini lah sebuah keunikan dari Stadium Esport Arena.



**Gambar 1.3 Store Front Stadium Esport Arena**

*Sumber:* Dokumentasi pribadi, 2019



**Gambar 1.4 Store Front Stadium Esport Arena**

*Sumber:* Dokumentasi pribadi, 2019

2. Dari sisi interior umum (*general interior*)

Ketika pelanggan memasuki area utama, maka pelanggan akan langsung merasakan suasana yang nyaman dan bergelora seperti di dalam sebuah arena. Ruangnya cukup luas, dengan design interior yang nyaman dan dekorasi yang gaming membuat pelanggan ingin segera merasakan pelayanan yang diberikan Stadium Esport Arena.



**Gambar 1.5** *General interior Stadium Esport Arena*

*Sumber:* Dokumentasi Pribadi, 2019

3. Dari sisi tata letak toko (*store layout*)

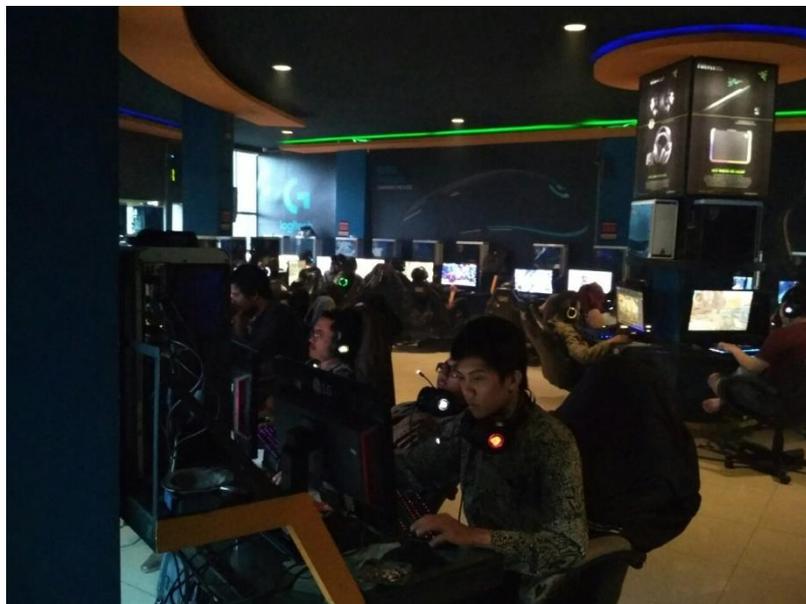
Stadium Esport Arena memiliki dua macam area yaitu stadium dan arena dengan *layout-layout* yang berbeda. Sehingga pelanggan dapat memilih tempat dengan sesuka hati. Pelangganpun dapat merasakan suasana yang berbeda dan spesifikasi pelayanan yang ditawarkan juga berbeda.



**Gambar 1.6** *Store layout Stadium Esport Arena*

*Sumber:* Dokumentasi Pribadi, 2019

4. Dari sisi interior (*point of purchase*) *displays*



**Gambar 1.7** *Store layout Stadium Esport Arena*

*Sumber:* Dokumentasi Pribadi, 2019

Dari tata letak yang melingkar seperti stadion ini keunikan yang ditawarkan dan yang dapat dirasakan langsung oleh pelanggan seperti berada didalam sebuah stadion arena yang bergelora.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, teknologi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari lini kehidupan bermasyarakat yang menyebabkan banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan pengembangannya, berlaku di Era Globalisasi dimana teknologi telah memudahkan berbagai hal untuk masyarakat agar lebih praktis dan cepat sehingga masyarakat tidak perlu lagi membuang banyak tenaga dan waktu untuk mengirim pesan kepada orang lain ataupun mengakses berbagai hal sehingga jumlah pengguna internet tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. (<https://www.kominfo.go.id/> diakses pada tanggal : 19 Februari 2019 pukul 19:20)

Teknologi juga berkembang sangat pesat pada dunia perkomputeran yang memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mencari informasi serta sebagai sarana pencari penghasilan, salah satunya dalam bidang *e-Sport (Electronic Sport)*. Para *gamer* berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik di dalam suatu permainan sehingga *gamer* mendapatkan penghasilan yang cukup tinggi dalam suatu pertandingan (<https://jawapos.com/>diakses pada tanggal : 1 Februari 2019 pukul 18:31)

Banyak warga Indonesia yang semakin mengerti dan tersadarkan untuk mengenalkan *e-Sport* dengan lebih menarik, sehingga banyak menyadarkan masyarakat Indonesia tentang *e-Sport*, sehingga DailySocial.id melakukan survey tentang kesadaran *e-sport* di Indonesia, beberapa temuan survei antara lain:

- Sebanyak 76.55% responden setuju bahwa eSports memang layak diperlakukan sebagai olahraga ketangkasan profesional.
- Sebanyak 64.55% responden mengaku sering bermain *video game*, baik

di PC, di TV *console*, di *handheld console*, maupun di *mobile gadget*

- Sebanyak 53.70% responden pernah menyaksikan pertandingan *eSports*, baik siaran langsung maupun siaran rekaman.
- Sebagian besar responden (87.90%) setuju bahwa prestasi atlet-atlet & tim-tim Indonesia di kancah internasional dapat meningkatkan kebanggaan nasional dan mengharumkan nama Indonesia. (<https://dailysocial.id/> 1 Februari 2019 pukul 19:24 )

Di *e-Sport* juga terdapat atlet-atlet yang profesional dalam bidang tersebut khusus nya DOTA. seperti olahraga lainnya, para pemain DOTA ini pun bergaji, bahkan gaji para pemainnya sangat menggiurkan hingga pendapatan mencapai \$2,777,905 (<https://today.line.me/id/pc> diakses pada 16 Januari 2019 pukul 20:42)

Berbagai macam *genre game* dan berbagai kalangan dari usia, sangat senang bermain *game* sehingga banyak sekali talenta talenta baru yang bermunculan untuk membuktikan dirinya yang terbaik dalam berbagai ajang pertandingan *game online* dalam kompetisi nasional sampai internasional, sehingga para *gamers* sangat antusias untuk berlatih mengembangkan dirinya. (<https://esports.id/> diakses pada 1 Februari 2019 pukul 20:18 )

Peluang usaha dalam bidang jasa *game station* sangat menguntungkan karena banyak *gamers* yang berlatih untuk mengembangkan keterampilannya dalam memainkan *game* apalagi didalam perkembangan dan antusias *e-sport* yang sangat besar dan signifikan (<https://arenalte.com/> diakses pada 1 Februari 2019 20:58). Dilihat dari berbagai macam *genre game* dan semakin berkembangnya *e-sport*, munculah tim-tim *e-sport* yang ingin berlatih dan mengembangkan dirinya di *game station* yang dapat menunjang kegiatan *e-sportnya*. Sehingga munculah peluang usaha dalam bidang *game station*. Melihat besarnya pasar membuat para pengusaha untuk melakukan pelayanan yang maksimal untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan perusahaan, tetapi untuk mempertahankan suatu usaha tidaklah mudah, terutama dalam bidang jasa pelayanan internet atau *game station* di mana pengusaha harus mempunyai strategi untuk mempertahankan pelanggan. Dalam usahanya pengusaha harus membuat para pelanggannya agar

tidak beralih kepada pesaing lain, hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui store atmosphere dan kualitas pelayanan. Melihat review tentang Stadium Esport Arena pada situs (<https://www.youtube.com/> diakses pada 5 Agustus 2019 23:49) membuat peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian terhadap tempat *game station* di Bandung yaitu Stadium Esport Arena. Melihat banyaknya konsumen yang berminat untuk bermain di Stadium Esport Arena membuat peneliti tertarik untuk melihat bagaimana kondisi sebenarnya Store Atmosphere di Stadium Esport Arena dilakukan pra-penelitian dengan menyebarkan kuisioner, yang terdiri dari indikator mengenai Store Atmosphere kepada 63 responden pelanggan Stadium Esport Arena.

Tabel 1.1 akan menggambarkan mengenai Store Atmosphere guna menggambarkan lebih jelas mengenai fenomena yang sebenarnya terjadi. Hasil penyebaran kuisioner awal mengenai Store Atmosphere di Stadium Esport Arena dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut.

**TABEL 1.1**  
**HASIL KUISIONER PRA-PENELITIAN MENGENAI STORE**  
**ATMOSPHERE DI STADIUM ESPORT ARENA**

NO	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Responden	Target dalam (%)
		Ya	Tidak		
1	Papan nama Stadium Esport Arena terlihat dengan jelas	54	46	63	100
2	Papan nama Stadium Esport Arena mudah dicari	47,6	52,4	63	100
3	Karyawan Stadium Esport Arena menggunakan seragam	81	19	63	100
4	Karyawan Stadium Esport Arena berpenampilan rapih	52,4	47,6	63	100
5	Ruang tunggu Stadium Esport Arena nyaman	50,8	49,2	63	100
6	Stadium Esport Arena memiliki fasilitas parkir yang memadai	38,1	61,9	63	100

7	Stadium Esport Arena memiliki fasilitas wi-fi yang berfungsi dengan baik	34,9	65,1	63	100
8	Kondisi ruangan Stadium Esport Arena bersih	54	46	63	100

*Sumber:* Olahan Peneliti

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa kondisi *Store Atmosphere* yang terjadi di Stadium Esport Arena secara keseluruhan belum sesuai dengan yang diharapkan, hal ini dapat dilihat banyaknya responden yang memberikan kecenderungan jawaban tidak. Berdasarkan data tersebut, dapat terlihat bila responden di Stadium Esport Arena merasa kurang puas bila fasilitas *wi-fi* yang diberikan tidak berfungsi dengan baik dan parkir yang tersedia belum memadai.

Terkait dengan *Store Atmosphere* berdasarkan penelitian Rafsanjani 2017, *Store Atmosphere* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Levy (Sopiah 2015:326), *Store atmosphere* adalah suatu rancangan dan suatu desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan penciuman merangsang persepsi dan emosi pelanggan, dan akhirnya untuk mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan. Suasana yang di ciptakan oleh perusahaan dengan baik dimata konsumen akan menunjukkan tingkat keseriusan perusahaan dalam membuat konsumen merasa nyaman, semakin nyaman suasana yang diciptakan oleh perusahaan dengan baik dimata pelanggan akan menunjukkan citra yang tinggi dalam membuat pelanggan merasa nyaman, semakin nyaman suasana yang diciptakan akan membuat pelanggan merasa puas sehingga konsumen akan mengulang untuk datang kembali.

Demikian halnya dengan kualitas layanan yang semakin baik akan menciptakan sebuah kepuasan pelanggan, untuk itu peneliti melakukan pra-penelitian tentang kualitas pelayanan di Stadium Esport Arena.

Tabel 1.2 akan menggambarkan mengenai kualitas pelayanan guna menggambarkan lebih jelas mengenai fenomena yang sebenarnya terjadi. Hasil

penyebaran kuisioner awal mengenai kualitas pelayanan di Stadium Esport Arena dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut

**TABEL 1.2**  
**HASIL KUISIONER PRA-PENELITIAN MENGENAI KUALITAS**  
**PELAYANAN DI STADIUM ESPORT ARENA**

NO	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Responden	Target dalam (%)
		Ya	Tidak		
1	Karyawan Stadium Esport Arena tanggap terhadap keluhan anda	47,6	52,4	63	100
2	Karyawan Stadium Esport Arena selalu ramah dalam memberikan pelayanan	54	46	63	100
3	Karyawan Stadium Esport Arena sopan dalam memberikan pelayanan	60,3	39,7	63	100
4	Peralatan komputer yang tersedia lengkap	65,1	34,9	63	100
5	Peralatan komputer yang tersedia canggih	65,1	34,9	63	100
6	Lokasi Stadium Esport Arena mudah dijangkau	55,6	44,4	63	100
7	Lokasi Stadium Esport Arena dekat dengan jalan raya	81	19	63	100
8	Karyawan Stadium Esport Arena memiliki pengetahuan yang luas mengenai <i>game</i>	44,4	55,6	63	100
9	Kontak Stadium Esport Arena mudah dihubungi	52,4	47,6	63	100
10	Karyawan Stadium Esport Arena bersedia menerima kritik anda	49,2	50,8	63	100

(bersambung)

(sambungan)

11	Karyawan Stadium Esport Arena bersedia menerima saran anda	52,4	47,6	63	100
12	Karyawan Stadium Esport Arena memberikan informasi kepada anda dengan jelas	46	54	63	100
13	Karyawan Stadium Esport Arena memahami permasalahan anda	41,3	58,7	63	100
14	Stadium Esport Arena memiliki keamanan yang tinggi	42,9	57,1	63	100
15	Karyawan Stadium Esport Arena dapat dipercaya	57,1	42,9	63	100

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan di Stadium Esport Arena. Dari data diatas dapat diketahui bahwa pelanggan belum merasa puas karena karyawan Stadium Esport Arena belum memahami permasalahan yang dihadapi pelanggan. Terkait kualitas pelayanan di dalam penelitian Ulya 2019, bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Pasuraman dkk., (1988) dalam Tjiptono (2014:282) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan terutama dalam bidang usaha jasa pelayanan internet. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dari penjelasan tersebut kualitas pelayanan memiliki tujuan utama yaitu memenuhi kepuasan terhadap pelanggan.

Tabel 1.3 akan menggambarkan mengenai kepuasan pelanggan di Stadium Esport Arena guna menggambarkan lebih jelas mengenai fenomena yang sebenarnya terjadi. Hasil penyebaran kuisioner awal mengenai kepuasan pelanggandi Stadium Esport Arena dapat dilihat pada tabel 1.3 sebagai berikut.

**TABEL 1.3**  
**HASIL KUISIONER PRA-PENELITIAN MENGENAI KEPUASAN**  
**PELANGGAN DI STADIUM ESPORT ARENA**

NO	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Responden	Target dalam (%)
		Ya	Tidak		
1	Stadium Esport Arena memberikan pelayanan apa yang anda inginkan	54	46	63	100
2	Secara keseluruhan anda merasa puas dengan pelayanan dari Stadium Esport Arena	47,6	52,4	63	100

*Sumber:* Olahan Peneliti

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan di Stadium Esport Arena. Responden merasa belum puas terhadap pelayanan yang diberikan sehingga responden lebih condong memberi jawaban tidak. Terkait dengan hal tersebut di dalam jurnal kusumasitta 2014, kualitas pelayanan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fandy Tjiptono (2014: 353) menyampaikan bahwa kata ‘kepuasan atau *satisfaction*’ berasal dari Bahasa latin “*satin*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” melakukan atau membuat). Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat sesuatu memadai’. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2012 dalam Tjiptono, 2014: 354).

Berdasarkan hasil pra-penelitian kepada pelanggan di Stadium Esport Arena, terlihat beberapa masalah yang menarik perhatian untuk di teliti lebih lanjut. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI STADIUM ESPORT ARENA.”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan di Stadium Esport Arena.
2. Bagaimana pengaruh pengaruh *store atmosphere* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Stadium Esport Arena
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Stadium Esport Arena.
4. Bagaimana *store atmosphere* dan pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Stadium Esport Arena.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Stadium ESport Arena adalah:

1. Mengetahui *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan di Stadium Esport Arena.
2. Mengetahui pengaruh pengaruh *store atmosphere* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Stadium Esport Arena.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Stadium Esport Arena.
4. Mengetahui *store atmosphere* dan pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Stadium Esport Arena.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi *khazanah* keilmuan di bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Disamping itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan bagi peneliti berikutnya.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk bahan pertimbangan dan kontribusi pemikiran bagi perusahaan Stadium Esport Arena dalam memperbaiki atau membuat kebijakan strategi pemasaran terhadap kepuasan Pelanggan .

### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Kegiatan penelitian akan dilakukan selama lima bulan dimulai sejak Februari 2019-Juni 2019. Lokasi penelitian di Stadium Esport Arena Jl. Buah Batu No 142A Cijagra, Lengkong Kota Bandung Jawa Barat.