

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi persaingan bisnis di Indonesia yang berkembang sangat pesat, menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing. Ada berbagai macam bisnis yang dapat menjadi peluang usaha, yakni bisnis ritel. Di Madiun banyak bisnis ritel dengan jenis *discount stores*, salah satunya menyediakan alat tulis kantor dan perlengkapan sekolah yang menawarkan promo yang menarik. Salah satu bisnis ritel yang menyediakan alat tulis kantor dan perlengkapan sekolah di Madiun adalah Toko Buku Prima yang berdiri sejak tahun 2000, terletak di jalan H. Agus Salim no 141. Lokasi toko buku Prima Madiun sangat strategis dipinggir jalan raya, yang terletak di jantung kota dengan arus kendaraan yang ramai. Bangunan yang cukup besar dan papan nama toko yang jelas dan mudah dilihat dari kejauhan, warna dari bangunan yakni putih dan berkeramik hijau memberikan kesan dingin dan nyaman ketika masuk ke dalam toko.

Adanya persaingan di bisnis ritel tersebut pelaku bisnis perlu memunculkan perbedaan dan keunikan dibandingkan dengan pesaing, bertujuan agar konsumen akan merasa tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga laba perusahaan akan meningkat. Memunculkan perbedaan atau keunikan dalam perusahaan tidak hanya dari segi pengundian hadiah (*door prize*) yang diberikan kepada konsumen, atau diskon, melainkan dapat dilakukan dengan memberikan *store atmosphere* yang menyenangkan pada saat konsumen berada di dalam toko. *Store atmosphere* dapat membantu memberikan kenyamanan dan kemudahan, melainkan dapat mempunyai pengaruh yang besar pada pola lalu lintas konsumen dan perilaku berbelanja. *Store atmosphere*

adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang (Utami 2006:238).

Menurut Berman dan Evan (1992:463) dalam Widyanto,dkk (2014) faktor penentu yang digunakan untuk menilai *store atmosphere* adalah *eksterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display*. *Eksterior* yaitu bagian luar toko (bagian depan) yang mampu menggambarkan karakteristik toko. Design *exterior* pada toko buku Prima memiliki ciri khas mampu membuat konsumen tertarik untuk masuk ke dalam toko. *General interior* yaitu berbagai motif konsumen memasuki toko. Warna dinding yang sejuk dan bau aroma pada toko buku Prima dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu konsumen agar lebih nyaman dalam mengamati, memeriksa dan memilih barang-barang itu dan akhirnya melakukan suatu pembelian. *Store layout* adalah rencana untuk menentukan lokasi tertentu dan pengaturan dari peralatan barang dagangan di dalam toko serta fasilitas toko antara pengaturan lalu-lintas toko, pengelompokkan barang, dan alokasi ruang. *Store layout* pada toko buku Prima cukup luas untuk arus keluar-masuk bagi para konsumen *Interior display* bertujuan untuk mempermudah pembeli untuk dapat membandingkan barang yang akan dibeli dengan melihat informasi pada label harga yang diletakkan pada barang. Selain itu *interior display* juga dapat mempengaruhi kenyamanan pembeli saat berada di dalam toko, ditinjau dengan pengelompokkan produk di dalam toko yang dapat mempermudah konsumen dalam melihat dan memilih barang yang akan dibeli. *Store atmosphere* tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan di dalam toko yang menyenangkan, tetapi dapat juga memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual. Jadi *store atmosphere* dapat mempengaruhi keadaan emosi seorang konsumen yang akan menyebabkan meningkatnya atau menurunnya pembelian. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Endang (2012), Karen (2014) bahwa dimensi *store atmosphere* yang terdiri dari *eksterior*, *general*

interior, store layout, dan interior display berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah variabel independen dan dependen, untuk perbedaan terletak pada objek penelitian. Dengan melihat uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pelaksanaan store atmosphere yang dilakukan oleh toko buku Prima Madiun sebagai salah satu faktor untuk meningkatkan pembelian oleh pembeli. Peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUKU PRIMA MADIUN.**

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah *Eksterior* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Buku Prima Madiun?
- 1.2.2 Apakah *General Interior* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Buku Prima Madiun?
- 1.2.3 Apakah *Store Layout* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Buku Prima Madiun?
- 1.2.4 Apakah *Interior Display* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Prima Madiun?
- 1.2.5 Apakah *Store atmosphere* yang terdiri dari *Eksterior*, *General Interior*, *Store layout*, *Interior Display* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Prima Madiun?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Menganalisis signifikansi pengaruh positif *Eksterior* terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Buku Prima Madiun
- 1.3.2 Menganalisis signifikansi pengaruh positif *General Interior* terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Buku Prima Madiun
- 1.3.3 Menganalisis signifikansi pengaruh positif *Store Layout* terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Buku Prima Madiun
- 1.3.4 Menganalisis signifikansi pengaruh positif *Interior Display* terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Buku Prima Madiun
- 1.3.5 Menganalisis signifikan pengaruh positif *Store Atmosphere* terdiri dari *Eksterior*, *General Interior*, *Store Layout*, *Interior Display* terhadap keputusan pembelian di Toko buku Prima Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Bagi Toko Buku Prima

Agar penelitian ini dapat dijadikan masukan terhadap Toko Buku Prima Madiun untuk dapat menjadikan store atmosphere sebagai salah satu daya tarik konsumen.

1.4.2 Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan serta wawasan yang telah diberikan saat perkuliahan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini membahas teori-teori yang menjadi dasar berpikir yaitu berkaitan dengan keputusan pembelian dan pemasaran.

BAB 3 : METODA PENELITIAN

Bab ini diuraikan tentang desain penelitian yang meliputi metode penelitian dan prosedur pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operational variabel serta definisi operational dan pengukuran variabel.

BAB 4 : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari : data penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari simpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran penelitian.