

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini membawa dampak yang cukup besar untuk perkembangan bisnis dan pasar terbuka secara luas. Berbagai macam alternative pilihan produk yang disajikan kepada konsumen semakin berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kondisi seperti ini menuntut perusahaan sebagai produsen untuk bisa memberikan kepuasan kepada konsumen, hal ini di karenakan agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan dalam perusahaan lain yang berkecimpung dalam bidang usaha yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang serta menjadi pilihan konsumen harus bisa memberikan suasana, kualitas pelayanan dan produk yang baik kepada konsumen. Karena dengan terbentuknya suasana dan pelayanan yang baik akan menjadi penilaian tersendiri untuk menjadikan perusahaan itu sebagai pilihan konsumen dalam membeli produk dan akan terbentuk keputusan pembelian pada konsumen.

Dampak dari keadaan globalisasi saat ini membuat para pelaku bisnis jadi lebih kreatif dalam membentuk suasana toko dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, hal itu bertujuan untuk memberikan rasa nyaman kepada konsumen dan bisa bersaing di pasaran sehingga menjadi pilihan konsumen dalam membeli produk. Tingkat persaingan yang tinggi dan halangan yang dihadapi oleh setiap pegiat bisnis dalam berebut dan bisa menjadikan pilihan konsumen dalam membeli produk dan menyebabkan terjadinya daya saing yang sangat tinggi, dengan begitu para pelaku bisnis dituntut agar lebih kreatif dan membuat strategi-strategi yang harus dilakukan dalam bisnis mereka dan sangat teliti dalam melihat peluang dan perkembangan bisnis yang digelutinya. Tidak kuatnya sistem ekonomi di Indonesia saat ini disebabkan wabah covid-19 yang menyebabkan turunnya kondisi moneter negara secara langsung ikut dirasakan oleh seluruh kalangan masyarakat dimana terasa semakin susah untuk mendapatkan pendapatan yang mencukupi sehingga konsumen akan berhati-hati dalam melakukan keputusan pembeliannya.

Salah satu sektor usaha yang cukup meningkat diantaranya adalah usaha restaurant atau cafe yang dirasa lebih penting untuk diprioritaskan dalam memenuhi

kebutuhan masyarakat, bahkan untuk saat ini cafe dapat dikatakan sebagai kebutuhan sekunder bagi masyarakat.

Gambar 1. 1

Jumlah restoran, rumah makan ,dan café di Prov. Jawa Baraat

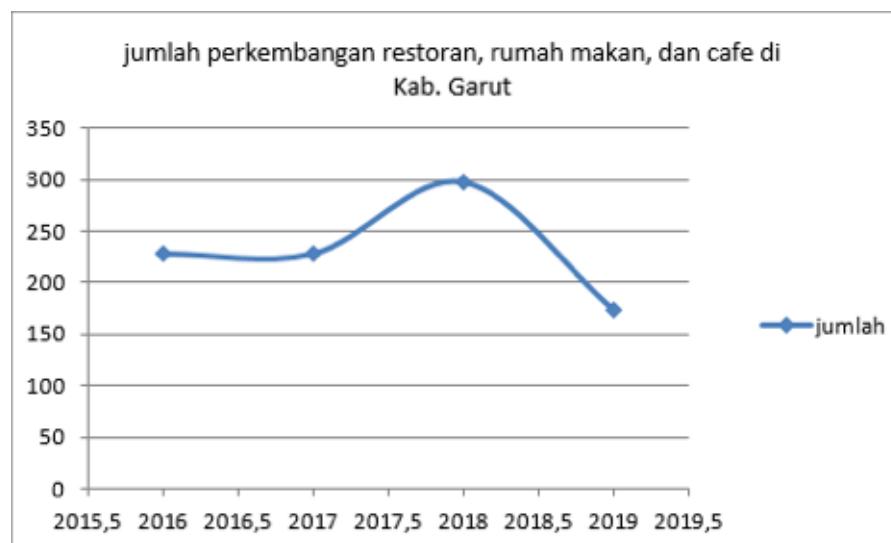


Data di olah oleh peneliti

Sumber: data.jabarprov.go.id

Dapat dilihat dari gambar di atas persaingan usaha di sektor wisata kuliner sangatlah tinggi. Data yang di dapat dari data.jabarprov.go.id menunjukkan perkembangan kafe dan rumah makan yang ada di jawa barat dari tahun 2016-2019 mengalami peningkatan pesat pada tahun 2019 yang mencapai angka 7289 usaha kuliner baik itu kafe atau pun rumah makan.

Gambar 1. 113



Data di olah oleh peneliti

Sumber: data.jabarprov.go.id

Berdasarkan pada data yang ada di dalam gambar rumah makan dan kafe di Kab. Garut mengalami peningkatan dan penurunan di beberapa tahun terakhir. Dengan begitu dapat dilihat persaingan pada wisata kuliner di Kab. Garut sangatlah tinggi dari tahun ke tahunnya. Persaingan pada sektor ini tidak hanya soal menu apa yang disajikan tetapi *store atmosphere* “suasana toko” juga menjadi salah satu faktor dalam persaingan tersebut dimana para pelaku bisnis di sektor ini mendesain tempatnya sedemikian uniknya untuk mendapatkan pelanggan.

Suasana toko merupakan terjemahan dari istilah “*store atmosphere*” yang berarti suasana yang memiliki pengaruh di sebuah toko supaya pelanggan merasa nyaman dan betah dalam memilih atau menikmati produk yang di belinya. Untuk menciptakan suasana toko yang baik dan nyaman membutuhkan design tata ruang yang bagus.

Menurut (levy & weitz, 2007) “*suasana toko merupakan design lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music, dan bau supaya dapat menstimulus respon emosional dan perseptuan pembeli dan pada akhirnya akan berpengaruh pada perilaku konsumen.*” Pengaplikasian *store atmosphere* yang baik

dan bagus akan membentuk kesan menarik dan citra toko yang baik dan akan berpengaruh pada rasa nyaman kepada konsumen dalam melakukan pembeliannya.

Dengan berbagai tampilan *store atmosphere* yang di sajikan oleh kafe atau rumah makan ditambah dengan kualitas pelayanan yang sangat baik, maka tampilan design kafe tersebut harus mempunyai karakter tersendiri sehingga akan menjadi keunikan dan ciri khas yang akan menjadi pembeda dari kafe atau rumah makan yang lainnya. Kopi Doman memiliki suasana dengan karakter tersendiri, hal itu menjadikan daya tarik dan memberi nilai lebih pada konsumen dalam keputusan pembelian.

Menurut Djaslim Saladi (2006) merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang di alami oleh seorang konsumen dalam melakukan pembelian. Untuk menarik minat konsumen supaya dapat melakukan keputusan pembelian yang maksimal maka di perlukan suasana toko (*store atmosphere*) yang nyaman, bersih serta serta membuat konsumen merasakan betah untuk berlama lama di toko tersebut.

Permasalahan Kopi Doman yang teridentifikasi yaitu dari segi eksterior, penempatan logo toko yang kurang menonjol yang mengharuskan pembeli atau konsumen yang lewat memutar kepalanya ke samping untuk melihat kearah toko. Dengan pepohonan yang berada di bagian eksterior membuat suhu udara Kopi Doman menjadi teduh dan sejuk.

Kopi Doman memiliki keunggulan yaitu suasana toko interiornya yang memiliki banyak ventilasi udara yang membuat bagian interior terasa sejuk, hal itu menambah kenyamanan untuk bercengkrama ataupun mengerjakan tugas kantor ataupun tugas sekolah. Yang menjadi salahsatu tempat favorit adalah balkon lantai 2 yang terdapat beanbag yang cukup besar dan nyaman untuk menikmati hidangan menu yang di pesan.

Permasalahan lain nya yaitu lokasi Kopi Doman yang kurang strategis karena berada di jalan yang kurang ramai, yang menyebabkan kurangnya orang yang mengetahui lokasi Kopi Doman, lokasi Kopi Doman yang berada di jalan kurang rami menyebabkan kurangnya kebisingan kendaraan.

Dalam segi pelayanan nya cukup baik dan hal itu yang membuat konsumen menjadi betah untuk berlama lama berada di toko tersebut, makanan dan minuman yang di tawarkan pun menjadi salah satu faktor penting dalam pelayanan, penyajian dan tampilan yang menarik dan baik menjadi poin plus untuk konsumen menentukan keputusan pembelian.

Dilihat dari beberapa hal tersebut, penulis ingin memfokuskan penelitiannya pada Kopi Doman yang berlokasi di Jl. Proklamasi No.22-17 Kab. Garut. Dengan faktor yaitu *store atmosphere* dan kualitas pelayanan maka dari situlah kenyamanan sangat di utamakan hingga menjadi penilaian dalam keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu muncul permasalahan apakah *store atmosphere* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

Selanjutnya penelitian ini bakal ditulis dalam skripsi yang berjudul : **“PENGARUH SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DI KOPI DOMAN”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Plang toko Kopi Doman kurang terlihat dengan jelas, menyebabkan masyarakat yang melewati jalan tersebut kurang mengetahui adanya Kopi Doman.
2. Lokasi toko yang kurang strategis karena berada di jalan yang kurang ramai dilalui oleh orang banyak.
3. Dalam hal promosi perusahaan kurang optimal dan efektif dalam menarik minat beli konsumen.
4. Kurangnya interaksi antara karyawan kafe dengan konsumen membuat konsumen menjadi canggung dalam melakukan pembelian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah diatas, muncul beberapa pertanyaan dari penelitian ini:

1. Apakah terdapat pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian di Kopi Doman?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kopi Doman?
3. Apakah terdapat pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Kopi Doman?

D. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui secara objektif apakah ada pengaruh dari Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan;
2. Untuk mengetahui secara objektif apakah ada pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan;
3. Untuk mengetahui secara objektif apakah ada pengaruh dari Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan.

E. Manfaat Hasil Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi beberapa pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Di harapkan hasil penelitian ini bisa memberikan masukan untuk kopi Doman dalam menjalankan strategi pemasaran yang lebih baik lagi. Khususnya dalam segi suasana toko dan kualitas pelayanan yang akan menjadi penilaian dalam keputusan pembelian di kopi Doman

2. Bagi Penulis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada penulis, karena mendapatkan pembelajaran langsung dari dunia bisnis, dan sekaligus dapat menerapkan teori dan konsep yang berhubungan dengan strategi pemasaran yang di peroleh penulis selama berada di bangku kuliah. Khususnya mengenai suasana

toko, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau bahan kajian lebih lanjut dalam permasalahan Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan. Guna menjadi pemecah kebuntuan dalam strategi pemasaran karena tingkat persaingan usaha yang semakin ketat diakhir-akhir ini.

F. Kerangka Pemikiran

A. Suasana Toko

Suasana toko merupakan salah satu indikator yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan untuk sekedar berkunjung dan atau melakukan pembelian di kafe tersebut. Ada beberapa elemen-elemen dari suasana toko menurut berman & evan, 2010 , antara lain :

1. *Exterior* (Bagian Luar Toko).

Bagian toko secara total, meliputi toko-toko, pintu masuk, tempat toko, fasilitas dll. Bagian ini harus di bentuk semaksimal mungkin dan seunik mungkin sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang berkunjung dan membeli produk di toko tersebut. Karena bagian depan ini akan menjadi pandangan pertama dalam penilaian konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

2. *Interior* (Bagian Dalam Toko)

Menurut berman & evan, 2010 yang dimaksud dengan interior adalah :
“Saat konsumen berada dalam sebuah toko, maka banyak elemen-elemen yang memengaruhi persepsi mereka. Lampu yang terang, suasana dan aroma yang dapat memengaruhi perasaan konsumen serta perlengkapan toko seperti rak, etalase yang dapat direncanakan kegunaan dan estetikanya”.

Interior lebih menekankan kepada suasana di dalam kafe tersebut, dimana unsur-unsurnya adalah pencahayaan, aroma, toko, teknologi, fasilitas dll. Yang bertujuan untuk membuat para pelanggan nyaman berada di kafe tersebut dan ingin kembali lagi untuk pembelian ulang.

3. *Store Layout*

Layout toko yang baik akan mampu mengundang pelanggan untuk berlama-

lama ditoko dan membuat pelanggan untuk terus berbelanja. Maka dari itu perencanaan *store layout* harus nyaman mungkin dan tidak membuat pelanggan bingung, biasanya seperti penempatan ruang dan pengklasifikasian produk atau tata letak barang.

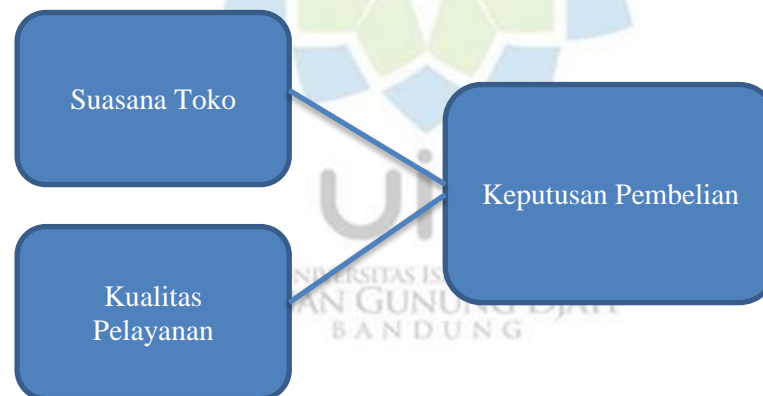
4. *Interior POP Display*

Menurut berman & evan, 2010 *Interior POP Display* adalah setiap jenis *point of purchase display* yang menyediakan informasi kepada pelanggan untuk mempengaruhi suasana lingkungan toko. Tujuan utama *interior POP display* adalah untuk meningkatkan laba penjualan toko tersebut

Suasana Toko yang baik adalah yang mampu menarik perhatian konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian di kafe tersebut. Semakin baik Suasana Toko yang dimiliki suatu kafe maka konsumen akan merasa nyaman dan akan melakukan kunjungan kembali untuk melakukan pembelian.

Gambar 1. 194

Kerangka Pemikiran



Sumber : jurnal ecodemica, Vol 1 no.2 september 2017

G. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian tentang Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian tersebut dapat digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Variabel yang Diteliti
1.	Bangun Adi Wibowo (2015)	Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro Kota	Terdapat Pengaruh yang Positif dan Signifikan Antara Suasana Toko, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro.	Suasana Toko (X1), Promosi (X2), Lokasi (X3),

2.	Resy Anggi (2016)	Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Warung Upnormal Ujung Berung	Terdapat Pengaruh positif Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Upnormal Ujung Berung	- Store Atmosphere (X), -Keputusan Pembelian (Y)
3.	Farah Nahlia dan Agus Hermani DS (2016)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar XL.	Terdapat Pengaruh Positif Antara Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar XL baik secara parsial maupun simultan.	Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Promosi (X3) Keputusan Pembelian (Y2)

4.	Putra Budi Ansori dan Lidya Lestari (2017)	Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada PT.Metro Abadi Sempurna Semesta Pekanbaru	Berdasarkan tanggapan responden pada variabel Store Atmosphere (X) dengan nilai rata-rata 3,69 disimpulkan bahwa dalam ketegori setuju. Begitu juga variabel keputusan pembelian konsumen pada PT. Metro Abadi Sempurna Semesta dengan nilai rata-rata 3,68 juga disimpulkan dalam kategori setuju.	Suasana Toko (X), Keputusan Pembelian (Y)
5.	Dita Murinda Katarika, Syahputra (2017)	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian pada <i>coffee shop</i> di Bandung.	pada variabel Store Atmosphere terdapat sub variabel dengan persentase terkecil yaitu Store Layout terutama pada akses menuju toilet yang kurang jelas dan tata letak meja konsumen Keputusan Pembelian oleh konsumen pada Kopi Ireng dan Kopi Selasar Sunaryo dalam kategori baik	- <i>Exterior</i> - <i>Interior</i> - <i>Layout</i> - <i>Interior POP</i> <i>Display</i>

Sumber : Jurnal dan Skripsi digilib.uinsgd.ac.id Data di olah penulis 2021

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan sementara terhadap penelitian yang kebenarannya belum bisa dibuktikan secara objektif. Menurut Purwanto & Sulistyastuti, 2007, Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu benar) sehingga harus diuji secara empiris.

Berdasarkan tinjauan teoritis dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diawal, maka hipotesis sementara penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_1 : Terdapat pengaruh positif dari Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian.

H : Terdapat pengaruh positif dari Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

H_3 : Terdapat pengaruh positif dari Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Pembelian.

