

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang persaingan dalam dunia bisnis berlangsung semakin ketat. Persaingan yang sangat ketat menuntut para pebisnis untuk dapat menentukan waktu yang tepat untuk berkompetisi, yaitu dalam melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen yang selalu berbeda dengan yang lain. Banyak berbagai macam bisnis yang bisa menjadi peluang usaha, salah satunya adalah bisnis di bidang perlengkapan alat gunung (*outdoor*), tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan mencari kosumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang baik supaya usahannya dapat bertahan dan bersaing dengan yang lain, untuk bertahan di tengah persaingan yang ada setiap perusahaan harus memiliki keunggulan sendiri guna memuaskan konsumen dalam memutuskan pembelian, seperti *atmosphere* (suasana) dan pelayanan menjadi faktor penting dalam memilih tempat untuk berbelanja. Suasana yang nyaman dan pelayanan yang ramah menjadi bahan pertimbangan sendiri bagi konsumen sebelum belanja dan memutuskan untuk menngunjungi tempat tersebut

Suasana (*atmosphere*) menjadi faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk berbelanja. Seperti yang diungkapkan (Maretha & Kuncoro, 2011) *store atmosphere* yaitu suatu karakteristik fisik dan sangat penting bagi setiap bisnis ritel, yang berperan sebagai penciptaan suasana yang

nyaman untuk konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada didalam toko dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian. Suasana yang nyaman dan perasaan berada dirumah sendiri menjadi bahan pertimbangan bagi seorang konsumen untuk memutuskan mengunjungi toko tersebut. Konsumen dapat dengan mudah memilih toko yang menawarkan produk serta suasana toko yang sesuai dengan keinginannya. Konsumen akan tertarik mengunjungi toko tersebut apabila pemilik toko dapat menata desain yang unik dan nyaman. Toko dibuat senyaman mungkin supaya para konsumen betah dalam melakukan pembelian seperti diberi pengharum ruangan, musik-musik dan penataan produk yang rapi dan bersih baik di dalam toko.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang *outdoor*, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting untuk keputusan pembelian seorang konsumen. Kualitas pelayanan ialah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan (Rahmawati & Noviandari, 2017). Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat penting dalam proses keputusan pembelian, sehingga konsumen merasa puas jika diberi pelayanan yang baik dan ramah oleh perusahaan tersebut. Karena pelayanan yang memuaskan akan berdampak pada terjadinya pembelian yang terus terjadi dan pada akhirnya membuat sebuah peningkatan penjualan.

Menurut (Herlina, 2012) keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan atau lebih. Dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

Keputusan pembelian adalah tahap akhir dari sebuah promosi, ketika konsumen telah mempunyai banyak informasi tentang suasana toko yang ingin dituju maka konsumen tersebut akan memikirkan beberapa pertimbangan untuk memutuskan sebuah pembelian. Peran pemasaran sangat penting buat tahap ini untuk kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Bisnis *outdoor* sekarang banyak sekali diminati oleh para usaha-usaha baru yang bermunculan. Hasilnya banyak usaha *outdoor* yang berdiri dan menawarkan keunggulan yang berbeda-beda salah satunya *store atmosphere* dan kualitas pelayanan. *Store atmosphere* yang dibikin secara tepat dan menarik sangatlah berpengaruh bagi konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian. *Atmosphere* toko mempengaruhi keadaan emosi konsumen yang menyebabkan meningkatnya atau menurunnya pembelian. Serta kualitas pelayanan yang baik disuatu perusahaan juga mempengaruhi konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian. Pelayanan merupakan faktor penting bagi konsumen sehingga konsumen bisa merasa puas bila diperlakukan secara ramah dan baik. Tidak semua perusahaan melakukan pelayanan yang ramah terhadap konsumen dalam segi tindakan, sehingga berdampak pada konsumen kemungkinan merasa kurang nyaman dalam memutuskan pembelian.

Sebelum melakukan penelitian tentang judul yang akan diajukan, ada beberapa penelitian terdahulu yaitu diantaranya, penelitian dari (Herlina, 2012) “Analisis pengaruh suasana toko, *variasi merchandise*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian aksesoris *gadget*: Studi Kasus Gerai Wellcommshop Mall Citraland”. Dengan hasil penelitian menunjukkan ragam dagangan (x2) dan kualitas layanan (x3) memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi, suasana toko (x1) tidak secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian (Juwita Dessyana, 2013) “*Store atmosphere* pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Di *Texas Chicken* Multimart II Manado “. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *store exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial *store exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian (Rahmawati & Noviandari, 2017) “Pengaruh suasana toko (*store atmosphere*), kualitas pelayanan dan merek pribadi (*private label*) terhadap keputusan pembelian pada toko kue liarah Surabaya periode 2013-2015”. Hasil penelitian pada toko kue Liarah Surabaya, didapatkan bahwa ketiga variabel bebas berpengaruh secara simultan, parsial dan dominan, dengan variabel dominannya adalah variabel suasana toko (*store atmosphere*).

Edelweisoutdoor Lumajang sebagai outlet yang bergerak dalam bidang penjualan perlengkapan alat gunung yang sedang berkembang dengan para pesaing yang ada. Edelweisoutdoor berlokasi di Desa Sumbersuko Lumajang, outlet tersebut berdiri sejak tahun 2009, terhitung merupakan bisnis yang masih baru, melihat perkembangan bisnis dibidang yang sama membuat outlet Edelweiaoutdoor harus memikirkan konsep toko yang akan diangkat oleh para pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan. Salah satu strategi yang digunakan oleh outlet Edelweisoutdoor adalah dengan membuat suasana toko menjadi menarik dan nyaman bagi konsumen, serta senantiasa memberikan pelayanan

terbaik terhadap konsumen sehingga konsumen nyaman dalam memilih produk yang diinginkan. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Outlet* Edelweisoutdoor Lumajang.”

1.2. Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan Batasan masalah sebagai berikut:

- a. Bidang peneliti adalah Manajemen Pemasaran.
- b. Variabel dalam penelitian ini hanya ada 2 variabel yaitu variabel dependent terdiri dari keputusan pembelian dan variabel independent terdiri dari *store atmosphere* dan kualitas pelayanan.
- c. Peneliti ini hanya dilakukan pada *Outlet* Edelweisoutdoor di Desa Sumbersuko Lumajang.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat merumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Outlet* Edelweisoutdoor Lumajang?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Outlet* Edelweisoutdoor Lumajang?
- c. Apakah *store atmosphere* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara silmutan terhadap keputusan pembelian pada *Outlet* Edelweisoutdoor Lumajang?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menguji pengaruh *store atmosphere* yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Outlet* Edelweisoutdoor Lumajang.
- b. Menguji pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Outlet* Edelweisoutdoor Lumajang.
- c. Menguji pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan yang signifikan secara silmutan terhadap keputusan pembelian pada *Outlet* Edelweisoutdoor Lumajang.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis

Untuk menambah pengetahuan pembaca tentang pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Pada *Outlet* Edelweisoutdoor Lumajang. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang lebih dalam mengenai ilmu manajemen pemasaran yang sudah didapatkan di sekolah tinggi, sehingga dapat menguasai dan memahami ilmu manajemen pemasaran dengan benar.

b. Manfaat praktis

1. Bagi peneliti

Diharapkan dapat memperluas wawasan berfikir dibidang Manajemen khususnya Manajemen Pemasaran agar menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Outlet Edelweisoutdoor Lumajang.

2. Bagi Institusi Pendidikan

Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widyagama Lumajang.

3. Bagi perusahaan

Diharapkan agar dijadikan sumbangan pemikiran dan bahan evaluasi untuk merumuskan dan menetapkan strategi dalam mengembangkan perusahaan bagi peneliti lain.

