

BAB1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Era jaman yang semakin maju memunculkan keinginan yang tak sederhana lagi, hal ini menyebabkan struktur perekonomian mengalami banyak perubahan yang signifikan. Begitu juga dengan perkembangan usaha retail atau eceran yang meningkat begitu pesat. Jumlah dan lokasinya cenderung mengikuti pertumbuhan penduduk. Setiap usaha pasti bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang besar guna mempertahankan bisnis di tengah persaingan bisnis. Perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

Peningkatan adanya kegiatan pelanggan di jaman semodern ini mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam bisnis. Pembisnis maupun pengusaha di tuntut untuk mampu memaksimalkan kinerja usahanya agar mampu bersaing di pasaran. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis ritel modern perlu meningkatkan performa yang ada dalam perusahaannya dengan cara menciptakan inovasi-inovasi baru atau keunikan yang dapat menarik minat daya beli konsumen terhadap produk yang di pasarkan.

Minat daya beli merupakan suatu keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa akibat pengaruh eksternal maupun internal yang sebelumnya dilakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang akan dibeli. Minat daya beli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen dalam membeli suatu produk tertentu serta berapa banyak produk tersebut yang akan di beli maupun di butuhkan oleh konsumen tersebut dalam periode tertentu. Menyikapi hal ini, perusahaan yang bermain di bisnis ini dituntut

untuk selalu melakukan inovasi supaya minat beli konsumen tetap terjaga dan semakin meningkat. Dalam menarik minat beli konsumen dapat dilakukan dengan cara lain diantaranya memberikan suasana toko yang menyenangkan bagi konsumen, memiliki produk yang berkualitas, harga yang bersahabat, memberikan promosi seperti papan nama, diskon ataupun doorprize dan lokasi toko yang mudah diakses dan yang lainnya.

Suasana toko adalah suatu desain interior berdasarkan karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, temperatur udara, musik hingga aroma yang menyeluruh akan menciptakan suasana yang nyaman untuk pelanggan. Setiap toko mempunyai tata desain interior yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya. Toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli. Dengan begitu pelanggan dapat dengan mudah mengakses dengan adanya tata letak toko yang strategis.

Melalui suasana yang sengaja diciptakan, ritel berupaya untuk mengkomunikasikan informasi yang terkait dengan layanan, harga maupun ketersediaan barang dagangan. Banyak pemilik toko yang tidak mempedulikan dengan suasana tokonya dengan menaruh barang dagangan toko yang sembarangan sehingga membuat konsumen bingung untuk mencari barang yang akan dibeli sehingga tidak dapat menarik minat beli konsumen. Dengan melihat barang dagangan, konsumen akan tertarik serta memudahkan konsumen dalam memilih barang yang diinginkan.

Dengan adanya suasana toko yang baik, maka suatu perusahaan atau organisasi meningkatkan penjualan, dari suasana toko yang baik karyawan juga dapat modal utama atau mampu menarik pelanggan dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan dalam penjualannya. Perusahaan merasa memerlukan keunikan tersendiri dari toko lain, baik bagi karyawannya maupun desain tokonya agar lebih menarik guna mencapai tujuannya perusahaan. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis

retail modern perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan keunikan yang berbeda dari pesaing guna mencapai tujuan perusahaan.

CV. Fans Accessories merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang aksesoris dan perhiasan *fashion*, dengan menampilkan gaya fashion masa kini sesuai perkembangan zaman, dan mengedepankan kualitas produk yang tinggi, dimana sebagai perusahaan penyedia perlengkapan aksesoris pelengkap pakaian yang mengedepankan kenyamanan dan menghadirkan beragam desain yang dibuat secara *clean, effortless dan smart styling* pada gaya *fashion* dengan berbagai desain sesuai kebutuhan dari mulai dari aksesoris rambut bahan kain, bahan titanium, dan bahan plastik.

CV. Fans Accessories menjadi distributor beberapa merek aksesoris lain diantaranya Sweet heart, Fans, dan Ciro. Ciro Accessories merupakan merek aksesoris yang dikeluarkan oleh CV. Fans Accessories yang mengedepankan kualitas tinggi, dengan bahan dan detail pengerjaan yang teliti, menyediakan lebih dari 50 jenis aksesoris *fashion* dengan desain yang berbeda sesuai kebutuhan konsumen. Di samping itu terdapat beberapa kendala yang terjadi dengan adanya keluhan pelanggan atas keadaan suasana toko dan lokasi yang kurang nyaman karena tertutup oleh proyek pembangunan tol sehingga mempengaruhi traffic pengunjung dan omset penjualan toko.

Dari uraian yang di sampaikan dalam latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Daya Beli Pelanggan”

I.2 Rumusan Masalah

Dari masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap minat daya beli pelanggan pada produk *Ciro Accessories* di *Centro Grand Metropolitan* ?
2. Apakah lokasi toko berpengaruh dalam minat daya beli konsumen pada produk *Ciro Accesories* di *Centro Grand Metropolitan*?
3. Bagaimanakah pengaruh *store atmosphere* yang terdiri atas *exterior, general interior, store layout, interior display* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Ciro Accesories* di *Centro Gramd Metropolitan*

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di kemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap minat daya beli konsumen pada produk *Ciro Accesories* di *Centro Grand Metropolitan*.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat daya beli konsumen pada produk *Ciro Accesories* di *Centro Grand Metropolitan*.
3. Untuk Mengetahui Apakah Suasana Toko dan Lokasi dapat berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Pelanggan

I.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak peneliti sebagai sarana untuk menerapkan ilmu-ilmu teori, wawasan, dan pengetahuan tentang pengaruh suasana toko dan lokasi terhadap minat daya beli konsumen produk *Ciro Accessories* di *Centro Grand Metropolitan*.
2. Bagi pihak perusahaan di harapkan dapat memberikan sumbangan pikiran mengenai masalah yang sedang di hadapi berkaitan dengan suasana toko dan lokasi yang dilakukan perusahaan.
3. Bagi pihak lain di harapkan dapat menjadi bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang usaha yang sama maupun khalayak umum agar dapat menambah pengetahuannya.

I.5 Batasan Masalah

Dari penelitian ini adalah objek penelitiannya yaitu customer *Ciro Accesories* di *Centro Grand Metropolitan* dari umur 17 - 47 tahun yang membeli produk *Ciro Accesories*. Pelaksanaan penelitian membutuhkan waktu 2 (dua) bulan yaitu pada bulan November – Desember 2020. Dan membatasi masalah dengan memilih dua variabel saja, yaitu : Suasana toko dan Lokasi pada produk *Ciro Accesories*

I.6 Sistematik Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulis yang berisi informasi mengenai materi dan yang dibahas tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumberdata, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengelolaan data.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh penelitian kepada perusahaan