

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia bisnis di Bandar Lampung semakin ketat, setiap perusahaan diuntut untuk bersaing dan menarik minat pelanggan untuk mempertahankan eksistensinya di pasar. Termasuk dalam bidang kuliner yang saat ini berkembang pesat seiring meningkatnya perekonomian masyarakat dan aktivitas yang sangat padat di Bandar Lampung. Banyaknya perusahaan yang berkecimpung di bidang kuliner di Bandar Lampung seperti El's Coffee, Morning Glory dan masih banyak lainnya, maka masyarakat memiliki banyak pilihan tempat yang bisa di datangi. Hal ini juga memberikan keuntungan untuk para konsumen memilih tempat sesuai dengan keinginan mereka agar bisa bersantai dan menikmati suasana untuk bersantai karena telah seharian beraktivitas.

Aktivitas dan kesibukan masyarakat yang semakin padat menjadi hal yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, oleh karena itu para produsen dituntut untuk saling berlomba-lomba dan mengeluarkan ide-ide mulai dari *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* hingga lokasi yang di tentukan agar dapat menarik perhatian konsumen. Hal ini membuat para produsen harus memiliki suatu strategi untuk menarik perhatian konsumen dengan cara menciptakan suasana yang berbeda dari tempat yang lain. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di gerai yang menjual makanan dan minuman modern diantaranya dipengaruhi oleh suasana toko dan lokasi yang mudah di jangkau. Tempat yang nyaman, fasilitas yang menarik, pelayanan yang baik dan lokasi yang mudah di jangkau merupakan beberapa keunggulan dari gerai yang menjual makanan dan minuman modern.

Dengan berkembangnya zaman, cafe-cafe modern yang ada di kota Bandar Lampung saat ini terdapat cukup banyak dan berkembang pesat. Salah satu cafe modern yang Berada di Bandar Lampung adalah Aditya Coffee & Eatery. Aditya Coffee & Eatery milik Arienaldo Rahman yang beralamatkan di Jl. P.Emir

Moh.Noer , Pengajaran, Teluk Betung Utara, Bandar Lampung. Aditya Coffee & Eatery yang Mulai beroperasi pada tahun 2016 menjadi salah satu pilihan konsumen. Aditya Coffee & Eatery menyediakan berbagai produk makanan dan minuman dengan banyak varian yang menjadi pilihan konsumen, selain itu Aditya Coffee & Eatery menyediakan suasana yang bertema Modern dengan fasilitas yang dapat di nikmati oleh konsumen. Segmentasi konsumen Aditya Coffee & Eatery ini adalah para mahasiswa atau mahasiswi, para karyawan ,keluarga dan para pengguna jasa pencucian mobil.

Selama Beroperasi, Aditya Coffee & Eatery mengalami penurunan selama penjualan, berikut ini merupakan data penjualan Aditya Coffee & Eatery selama per 6 bulan tahun 2016 dan pertengahan tahun 2017.

Tabel 1.1 Data Penjualan Aditya Coffee & Eatery per 6 Bulan tahun 2016-2017.

Bulan	Tahun				
	2016		2017		
	pengunjung	pendapatan	Pengunjung	pendapatan	%
januari	904	67836050	950	68383600	1%
februari	950	69537080	876	65715650	-6%
maret	1005	72638780	863	64728930	-12%
april	879	65892000	863	64728900	-2%
mei	863	64739030	900	65366000	1%
juni	852	63927010	829	60686809	-5%
Jumlah	5453	404569950	5281	389609889	-4%

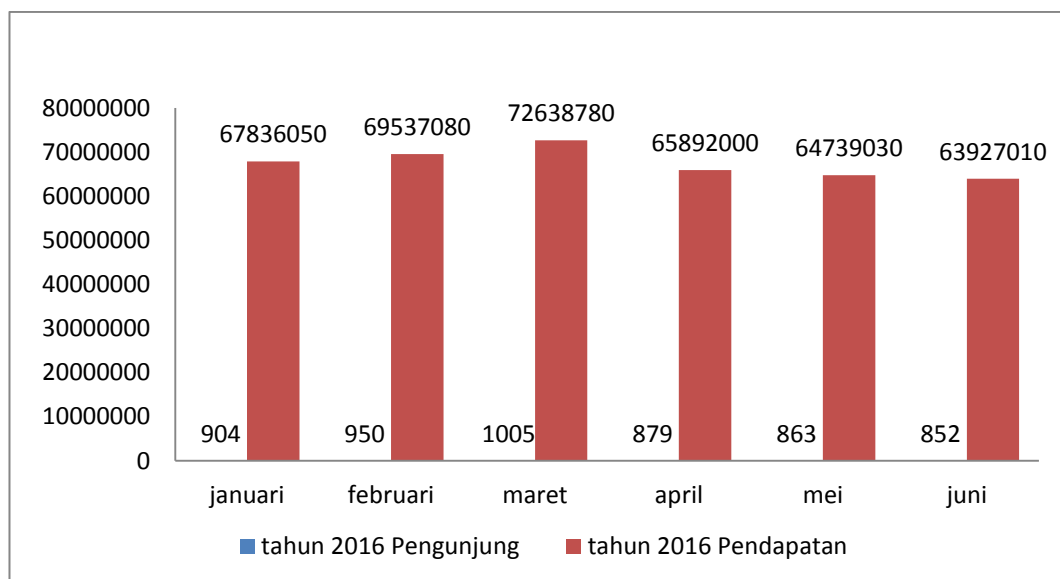
Sumber:Aditya coffee & Eatery

Selama beroperasi dari tahun 2016. Aditya Coffee & Eatery memiliki target penjualan pada per 6 bulan setiap tahunnya. Pada per 6 Bulan Tahun 2016 Aditya Coffee & Eatery memiliki target penjualan sebesar Rp 430.000.000,00. Pada per 6 Bulan Tahun 2017 Aditya Coffee & Eatery memiliki target penjualan sebesar Rp

400.000.000,00. Dari pernyataan di atas dapat di lihat bahwa Aditya Coffee & Eatery menurunkan target penjualannya, hal ini dikarenakan penjualan Aditya Coffee & Eatery setiap per 6 bulannya tidak mencapai target penjuala. Dari tabel 1.1 tahun 2016 dapat di lihat penjualan Aditya Coffee & Eatery per 6 bulan tidak mencapai target penjualan yaitu sebesar Rp 430.000.000,00. Pada tahun 2017 per 6 bulan Aditya Coffee & Eatery kembali tidak mencapai target kembali yaitu sebesar Rp 400.000.000,00.

Turunnya penjualan per 6 bulan selama 2 tahun dapat di lihat pada diagram di bawah.

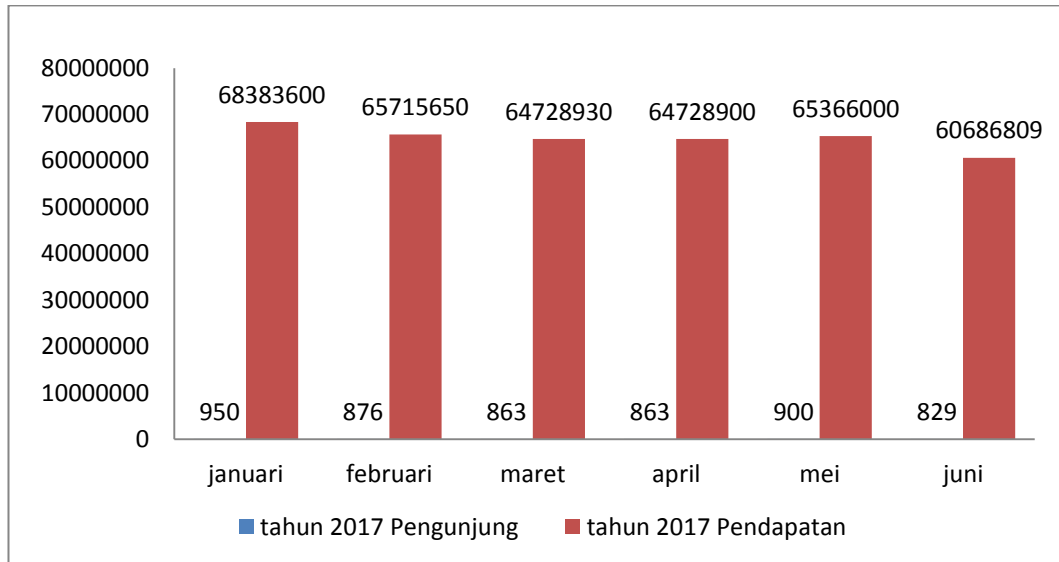
Data 1.2 penjualan per 6 bulan Aditya Coffee & Eatery selama Tahun 2016.



Sumber:Aditya Coffee & Eatery

Berdasarkan tabel 1.2 bahwa data penjualan Aditya Coffee & Eatery mengalami kenaikan penjualan pada bulan januari, februari dan maret kemudian mengalami penurunan penjualan pada Bulan April, Mei dan Juni tahun 2016.

Data 1.3 penjualan per 6 bulan Aditya Coffee & Eatery selama Tahun 2017.



Sumber: Aditya Coffee & Eatery

Berdasarkan tabel 1.3 bahwa data penjualan Aditya Coffee & Eatery mengalami penurunan pada Bulan Februari dan Maret kemudian mengalami peningkatan penjualan pada Bulan April dan Mei kemudian mengalami penurunan penjualan kembali pada Bulan Juni 2017.

Suasana gerai atau *store atmosphere* merupakan sebuah hal penting di dalam dunia bisnis kuliner khususnya gerai makanan. Menurut Kotler yang dikutip oleh Mowen dan Minor (2002) dalam Erlangga Andi Sukma (2012) Mengatakan bahwa *Atmospherics* sebagai usaha merancang lingkungan membeli untuk menghasilkan pengaruh emosional khusus kepada pembeli yang kemungkinan meningkatkan pembelian. *Store atmosphere* mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Suasana toko mempengaruhi konsumen untuk menghabiskan lebih sedikit atau lebih banyak waktu di dalam cafe. Semakin banyak waktu yang dihabiskan di outlet, konsumen pun akan lebih cenderung menghabiskan uang mereka di outlet. Sebuah cafe harus mampu membuat para konsumennya merasa betah dan nyaman selama melakukan aktivitas belanja di cafe tersebut. Hal inilah yang menyebabkan sebuah cafe harus

dapat membangun suasana (*Store Atmosphere*) yang baik. Adanya lingkungan cafe yang baik akan memperkuat posisi cafe itu sendiri dimata para konsumennya. Suasana cafe (*Store Atmosphere*) merupakan kombinasi dari elemen-elemen bentuk nyata yang diwujudkan dalam bentuk jalan, bangunan, peralatan, dan perlengkapan yang dirangkai untuk menciptakan kesenangan dan kenyamanan bagi konsumen dan penjual. Berdasarkan hasil pra survey yang di lakukan kepada 20 orang yang datang, konsumen mempunyai persepsi tentang suasana yang ada di Aditya Coffe & Eatery, kurangnya rasa nyaman terhadap ruangan yang kecil karna saat ramai ruangan tidak dapat menampung semua pengunjung yang datang dan ruangan terasa sempit, lantai menjadi kotor dan terlihat jorok.

Konsumen dalam membeli barang atau jasa, sangat mempertimbangkan lokasi yang mereka tuju. Lokasi merupakan faktor yang penting dalam mencapai keberhasilan sebuah restoran, yaitu menyangkut antara lain Visibilitas yang baik, akses mudah, kenyamanan, daya tarik pinggir jalan, parkir (Rachmawati, 2011: 146). Lokasi mempengaruhi keputusan pembelian untuk datang dan melakukan pembelian di sebuah cafe, karena lokasi yang strategis dan mudah untuk di kunjungi konsumen akan menarik minat knsumen untuk datang. Sebuah cafe harus mampu menempatkan lokasi yang mudah di jangkau, selain itu lahan parkir juga kemudahan akses untuk menuju pada cafe tersebut. Lokasi cafe merupakan kombinasi dari Akses, Lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan untuk mempermudah para konsumen. Di zaman yang modern seperti sekarang ini, seluruh masyarakat indonesia khususnya masyarakat kota Bandar Lampung memiliki kendaraan yang mereka pakai untuk beraktivitas sehari-harinya, tren saat ini masyarakat lebih suka berkumpul, minum kopi dan makan di cafe untuk menenangkan pikiran karena aktivitas yang padat. Lokasi merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh para produsen karena mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini juga menjadi acuan konsumen untuk melakukan pembelian di cafe yang terdekat dan mudah di jangkau.berdasarkan hasil pra survey yang di lakukan pada 20 orang yang datang, kurangnya lahan parkir dan lokasi yang jauh dari pusat kota serta bukan lingkungan yang pada umumnya di pakai sebagai

lokasi cafe dan kurangnya lahan parkir yang di sediakan oleh Aditya coffe & Eatery. Kejadian tersebut diduga menjadi alasan sepiunya pengunjung yang menyebabkan keputusan pembelian yang menurun. Keputusan pembelian tidak terjadi dengan begitu saja, Konsumen biasanya harus melalui beberapa tahapan dalam menentukan keputusan pembeliannya. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:226), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli Sedangkan menurut Schiffman dkk yang dikutip oleh Suwarman (2004:289), keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Berdasarkan beberapa pengertian keputusan pembelian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah sebuah sikap yang diambil oleh seorang konsumen setelah melalui serangkaian proses pengintegrasian dan pengevaluasian berbagai alternatif dalam rangka menetapkan pilihan yang tepat terhadap hal-hal yang menjadi kebutuhannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menjadikan Aditya coffe & Eatery sebagai objek pengamatan dalam pembuatan skripsi ini dengan judul:

“PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA ADITYA COFFEE & EATERY BANDAR LAMPUNG”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, yang menjelaskan bagaimana store atmosphere dan Lokasi yang diberikan Aditya coffe & Eatery serta penjualan yang cenderung menurun,. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Store Atmosphere berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Aditya coffe & Eatery?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aditya coffe & Eatery?

3. Apakah Store Atmosphere dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Aditya coffe & Eatery ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup penelitian ini adalah konsumen yang membeli makanan dan minuman di Aditya coffe & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah store atmosphere, Lokasi dan keputusan pembelian.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah wilayah Pengajaran Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan April 2017 s.d Februari 2018.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah manajemen pemasaran, Store Atmosphere, Lokasi dan keputusan pembelian.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Store atmosphere (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Aditya coffe & Eatery pengajaran Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Aditya coffe & Eatery pengajaran Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh store atmosphere (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Aditya coffe & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Bagi Perusahaan
Memberikan saran dan masukan kepada Aditya coffe & Eatery pengajaran Bandar Lampung dalam pelaksanaan Store Ltmosphere dan Lokasi
2. Bagi Penulis
Menambah wawasan tentang strategi pemasaran khususnya mengenai Store Atmosphere dan Lokasi serta bagaimana cara mengimplementasikannya.
3. Bagi Intitusi
 - a. Menambah referensi perpustakaan Manajemen IBI Darmajaya.
 - b. Diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa dan mahasiswi dalam rangka meningkatkan pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran.
 - c. Menambah informasi, sumbangan penelitian bahan kajian dalam penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

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

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan tentang “Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Aditya coffe & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

Bab II: Landasan Teori

Berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan pemasaran, perilaku konsumen, store atmosphere, Lokasi keputusan pembelian, kerangka pemikiran dan hipotesis

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi oprasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis mengenai store atmosphere, lokasi dan keputusan pembelian di Aditya coffe & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

Bab IV : Hasil Dan Pembahasan

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai pengaruh store atmosphere dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Aditya coffe & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

Bab V : Simpulan Dan Saran

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.