

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di tengah ketatnya persaingan secara global, perusahaan selalu dituntut untuk lebih kreatif dan dapat mempergunakan setiap kesempatan untuk lebih maju lagi terutama dalam menyongsong era globalisasi yang sedang melanda dunia saat ini. Untuk mengatasi hal tersebut harus ada strategi-strategi baru dalam dunia usaha, sehingga mampu mendukung dalam pencapaian keberhasilan suatu produk yang ditawarkan. Dengan adanya persaingan yang semakin sengit juga menuntut perusahaan agar terus menerus meningkatkan kualitas produk, harga dan juga pelayanan. Persaingan pelayanan terhadap pelanggan semakin ketat, hal ini disebabkan unit-unit pelayanan perusahaan yang dahulunya hanya memberikan pelayanan yang seadanya kini dituntut mampu memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan agar pelanggan tidak berpindah ketempat lain. Pelayanan adalah perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya keputusan konsumen itu sendiri (Sofyan Assauri:2015). Selain pelayanan Store atmosphere merupakan salah satu faktor yang juga mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (2013), para pengecer menggabungkan unsur-unsur bauran eceran untuk menciptakan suatu metode tunggal guna menarik pasar sasaran. Adapun bauran eceran Menurut Hendri Ma'ruf (2013) terdiri dari: Lokasi, Produk (keluasan dan kedalaman keragaman

produk), Harga, Promosi (Periklanan, publisitas, dan hubungan masyarakat), Store atmosphere (Suasana dalam gerai), Pelayanan, dan Customer service.

Definisi store atmosphere (suasana toko) sendiri menurut Christina Whidya Utami (2013;238) adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang.

Store atmosphere (suasana toko) sebagai alat komunikasi pemasaran yang didesain sedemikian rupa agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta sebagai upaya pemahaman perilaku konsumen pada toko ritel modern dalam rangka merangsang keinginan pembelian. Perubahan terhadap *store atmosphere* (suasana toko) harus selalu dirancang agar tidak membosankan, langganan tetap setia, dan mengatasi para saingan. Jika konsumen bosan dengan suasana toko kemungkinan besar mereka akan beralih ke toko lain.

Oleh karena itulah penulis melakukan pra-penelitian untuk mengetahui layak tidaknya topik ini untuk diteliti lebih jauh. Pra-penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 100 orang responden konsumen mixue. Hasil dari pra-penelitian dapat dilihat di tabel berikut ini.

Tabel 1.1
Hasil Pra-Penelitian

| Pertanyaan | Ya | Tidak |
|---|-----------|--------------|
| Apakah Anda pernah mengkonsumsi produk Mixue? | 100% | - |
| Apakah Anda sering mengkonsumsi produk Mixue? | 77% | 23% |
| Apakah Anda memperhatikan kualitas pelayanan saat membeli produk di Mixue? | 100% | - |
| Apakah Anda memperhatikan store atmosphere saat membeli produk di Mixue? | 100% | - |
| Apakah Anda membeli suatu produk berdasarkan kualitas pelayanan dan store atmosphere? | 100% | - |

Abdul Azis, 2023

PENGARUH PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE ICE CREAM AND TEA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pra-penelitian yang telah dilakukan penulis menunjukkan bahwa banyak konsumen sangat memperhatikan kualitas pelayanan dan store atmosphere dalam melakukan pembelian suatu produk, tingkat kepedulian konsumen terhadap kualitas pelayan dan store atmosphere sangat tinggi, tabel di atas juga menunjukkan bahwa secara umum para konsumen sangat memperhatikan kualitas pelayanan dan store atmosphere dalam hal pembelian produk.

Mixue Ice Cream and Tea merupakan salah satu gerai minuman dan makanan yang cukup populer di Indonesia. Gerai ini menawarkan berbagai macam menu minuman dan makanan yang menarik diantaranya adalah ice cream, tea, milkshake, dan lain-lain. Dalam bisnis ini, pelayanan dan store atmosphere (atmosfir toko) menjadi hal yang sangat penting dalam menarik minat konsumen untuk membeli produknya. Pelayanan yang baik dan atmosfir toko yang menarik dapat memberikan pengalaman positif bagi konsumen yang berkunjung ke gerai Mixue Ice Cream and Tea. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pelayanan dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea.

Berkaitan dengan penjelasan tersebut diatas dan sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan, maka judul yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah : **“PENGARUH PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE ICE CREAM AND TEA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang dibahas sebelumnya, peneliti mengidentifikasi masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea?
2. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea?
3. Seberapa besar pengaruh pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pelayanan terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea.
2. *Store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea.
3. Pengaruh pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Penulis.

Hasil penelitian ini memberikan pengalaman dan mendapat wawasan baru dalam memperdalam permasalahan yang diteliti bagi penulis, serta penulis mampu mengaplikasikan teori yang ada dengan praktek di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan variabel-variabel yang dapat meningkatkan minat beli konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini selain dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca, juga bisa dijadikan bahan referensi bagi pihak yang berkepentingan dan menjadi bahan informasi untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

