

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman dan globalisasi mengakibatkan keberadaan ritel semakin merasuk dalam aktivitas keseharian anggota masyarakat. Hal ini yang selanjutnya memotivasi seluruh pelaku bisnis dalam memaksimalkan peluang. Contoh lainnya yaitu industri *souvenir*. Industri *souvenir* kini mengalami perkembangan yang sangat signifikan di beberapa kota besar. *Souvenir* adalah sebuah barang atau produk yang bisa digunakan dalam kehidupan keseharian, *branding* yang dilakukan sebuah perusahaan adalah metode pemasaran yang efektif, dikarenakan hal tersebut dirasa bias memasarkan *souvenir* tanpa biaya selama barang tersebut digunakan.

“Globalisasi sebagai suatu proses menghasilkan standar yang diberlakukan di semua pasar” Newman & Cullen, 2002. Tidak diragukan lagi turut memicu kompetisi di berbagai sektor bisnis, tidak terkecuali sektor ritel. Kompetisi yang terjadi bersifat dinamis dan kompleks. Dikatakan dinamis karena setiap peritel senantiasa menjalankan suatu strategi yang dapat memberikan kinerja optimal, dan dikatakan kompleks karena peritel yang terlibat dalam arena kompetisi bukan saja peritel lokal tetapi juga peritel global. Sedikit merunut ke belakang, industri ritel di Indonesia mengalami perkembangan dari toko tradisional ke toko modern. Toko tradisional adalah toko yang telah beroperasi relatif lebih lama, dalam bentuk warung, toko, dan pasar. Toko modern sendiri mulai beroperasi di Indonesia pada awal 1960-an, berlokasi di kota Jakarta. Konsep yang muncul pada era itu adalah supermarket dan *department store*. Berikutnya pada era 1980-an hingga 1990-an, berturut-turut masyarakat mulai mengenal konsep toko modern dalam wujud *one stop shopping* (variasinya berupa mall dan *trade center*), *hypermarket*, *factory outlet* (Fo), dan *distribution outlet* (distro).

Salah satu industri *souvenir* yang sukses dijalankan di kota Bandung adalah Saung Angklung Udjo, Saung Angklung Udjo adalah sebuah destinasi wisata yang juga menyediakan industri kreatif salah satunya dibidang *souvenir*

khususnya sunda. Saung Angklung Udjo yang berpusat di Bandung didirikan pada tahun 1966 di jangka waktu beberapa bulan ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan dan mempunyai beberapa jenis *souvenir* dari mulai aksesoris sampai alat musik tradisional.

Persaingan Saung Angklung Udjo dalam dunia industri ini akan menghasilkan salah satu kesempatan dan rintangan yang dimana pasti memiliki pesaingnya seperti Dago Tea House yang serupa menampilkan kesenian Sunda dan menyediakan beberapa *souvenir*. Akan tetapi Saung Angklung Udjo merupakan perusahaan sebagai produsen yang terus menciptakan produk yang berkualitas, bermacam ragam dan dapat bersaing dengan produk-produk luar negeri juga untuk mempertahankan keberadaan *souvenir* di masa depan.

Berkaitan dengan hal tersebut, data wisatawan dan transaksi di Saung Angklung Udjo adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Data Kunjungan Wisatawan & Transaksi di Saung Angklung Udjo

Tahun	Jumlah Kunjungan	Total Transaksi Pengunjung
2011	178.778	44.694
2012	205.932	53.542
2013	208.986	50.156
2014	225.989	58.757
2015	246.732	61.683
2016	269.493	72.763
2017	231.564	57.891
2018	243.467	63.301

Sumber: Administrasi Saung Angklung Udjo(2020)

Tabel 1.1 Jumlah wisatawan dan transaksi yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo tahun 2017 mengalami penurunan dari segi kunjungan dan transaksi yang menurun cukup drastis dari tahun sebelumnya. kunjungan

mengalami penurunan sebesar 37.929 pengunjung dan 14.872 pengunjung untuk transaksi pembelian *souvenir*. Dengan adanya fenomena tersebut pihak Saung Angklung Udjo diharapkan memperbaiki atribut produk dengan lebih memperhatikan fasilitas, kualitas dan kenyamanan dalam berbelanja untuk mencapai target serta mampu bersaing dengan beberapa produsen *souvenir* lainnya.

Namun hal ini tidak terlepas dari perilaku konsumen yang merupakan sebagian dari kegiatan manusia yang mengungkapkan sebab-sebab seseorang membeli barang atau jasa tertentu. Oleh karena itu pemahaman akan perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada konsumen. Perilaku konsumen juga akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian untuk setiap konsumen adalah sama, namun seluruh proses tidak selalu dilaksanakan oleh konsumen. Proses pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya.

Dari latar belakang tersebut maka penelitian ini mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topik yang berkaitan dengan

“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Souvenir* di Saung Angklung Udjo”

B. Rumusan Masalah

Seperti latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, rumusan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana atribut produk *souvenir* di Saung Angklung Udjo?
2. Bagaimana keputusan pembelian produk *souvenir* di Saung Angklung Udjo?
3. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk *souvenir* di Saung Angklung Udjo?

C. Tujuan Penelitian

Seperti rumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas, tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi atribut produk *souvenir* di Saung Angklung Udjo.
2. Untuk mengidentifikasi keputusan pembelian produk *souvenir* di Saung Angklung Udjo.
3. Untuk mengidentifikasi Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk *souvenir* di Saung Angklung Udjo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat akademis

Sebagai hasil sumbangan pemikiran dari peneliti bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya Program Studi MRL (Manajemen *Resort and Leisure*).

2. Manfaat Praktisi

- a. Untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta pengalaman sebagai bentuk aplikasi dari perkuliahan yang telah dilaksanakan.

- b. Untuk pengelola

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola dalam membuat inovasi baru yang dapat meningkatkan kualitas *souvenir* di Saung Angklung Udjo

- c. Untuk Pembaca

Menjadi sumber informasi mengenai atribut produk serta pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk *souvenir* di Saung Angklung Udjo

E. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun sebagai skripsi mahasiswa Manajemen Resort and Leisure dengan menginduk kepada Pedoman Penulisan Karya ilmiah terbitan Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut sistematika penulisan yang digunakan :

BAB I : Pendahuluan, Dalam Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penelitian.

BAB II : Kajian Pustaka dalam bab ini berisikan kajian teori, hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian Dalam bab ini berisikan lokasi penelitian metode penelitian, populasi dan sampel, operasional variabel, instrument penelitian, pengembangan instrumen penelitian, dan jenis dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan Dalam bab ini berisikan pemaparan data dan pembahasan data hasil penelitian.

BAB V : **Kesimpulan dan Saran**

DAFTAR PUSTAKA & Lampiran