

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Perusahaan yang bergerak dibidang produk harus dapat mempertahankan reputasi yang baik dimata pelanggan. Kesetiaan pelanggan tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman pelanggan itu sendiri dan dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Jika pelanggan tidak mendapatkan produk dan pelayanan yang memuaskan maka ia tidak akan berhenti untuk mencoba produk dan merek lain sampai ia mendapatkan produk atau jasa yang memenuhi kriteria mereka, dan jika pelanggan mendapatkan produk dan pelayanan yang memuaskan maka ia tidak akan mencoba produk atau merek lain. Begitupun dengan swalayan yang merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang jasa dalam hal penyediaan kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat dan berbagai macam tampilan bangunan yang mengundang konsumen dengan penyelesaian dan menggunakan material hingga warna - warna yang menarik. Seorang pembeli akan semakin kritis dan berhati-hati dalam membeli suatu barang. Hal ini merupakan suatu perhatian bagi para perusahaan agar meningkatkan penjualannya dalam usaha merebut pangsa pasar.

Suasana Toko adalah suatu karakteristik fisik yang sangat penting bagi setiap bisnis dan bisa mempengaruhi perasaan atau *mood* dari para konsumen yang berkunjung ke toko, sehingga mempengaruhi minat untuk membeli, karena store

atmosphere berperan sebagai pencipta suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama lama berada di dalam toko dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian (Purwaningsing, 2011).

Minat adalah sesuatu yang pribadi berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu objek akan mempunyai kekuatan atau borongan untuk melakukan serangkaian atau tingkah laku untuk mendekati objek tersebut (Resti M, 2010).

Menurut Lupiyoadi (2001) lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi. Berapa kriteria yang diminati oleh banyak konsumen. Pernyataan tersebut relevan dengan pendapat Tjiptono (2006) yang menyatakan bahwa lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa karena erat kaitannya dengan pasar potensial. Salah memilih lokasi dapat berakibat fatal bagi perusahaan. Perusahaan harus menyadari sebelum konsumen mengambil suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk/jasa konsumen akan sangat mempertimbangkan faktor lokasi yang sesuai.

Maka untuk itu para pelaku bisnis harus mempertimbangkan hal-hal strategis dalam penentuan lokasi. Karena lokasi yang strategis berkaitan dengan minat beli konsumen dan pembelian ulang dari konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Swastha, 2000). Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut di masa yang akan datang. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau

dan juga keamanan yang terjamin. Dengan demikian, maka ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen sampai mencapai batas maksimal rasa puas itu. Kepuasan konsumen akan terwujud bilamana harga yang tertera pada suatu produk sesuai dengan kualitasnya dan memberikan manfaat, nilai yang lebih terhadap konsumen dan semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapatkan pelayanan yang dirasa cukup baik Karena pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen.

Tabel 1.1

Data Pengunjung Swalayan De Mart Dari Tahun 2018-2020

No	Tahun	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	2018	300	0.00
2	2019	450	50.00
3	2020	300	-33.33

Sumber: Data: Swalayan De Mart

Berdasarkan dari tabel 1.1 diatas tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung pada Swalayan De Mart meningkat di tahun 2018 dengan jumlah pengunjung sebanyak 300 pengunjung dengan nilai persentase (0.00 %)dan tahun 2019meningkat dengan jumlah pengunjung sebanyak 450 pengunjung dengan nilai persentase (50.00%) dan pada tahun 2020 kembali menurun dengan jumlah pengunjung sebanyak 300 pengunjung dengan nilai presentase (-33.33 %)

Berdasarkan data tersebut sangat berpengaruh terhadap suasana toko, lokasi dan minat beli konsumen di Swalayan De Mart Atambua.

Penelitian terdahulu oleh (Bangun Adi Wibowo, 2015) dengan judul pengaruh suasana toko, promosi dan lokasi terhadap minat beli di Planet Distro Kota Banjarnegara. Hasil penelitian menemukan bahwa : (1) Suasana Toko berpengaruh positif terhadap minat beli. (2) Promosi berpengaruh positif terhadap minat beli. (3) Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli. (4) Suasana Toko, Promosi dan Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli. Besarnya pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Beli (adjusted R^2) adalah sebesar 0.467. Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan sebagai berikut: Penelitian ini hanya meneliti pengaruh suasana toko, promosi dan lokasi terhadap minat beli di Planet Distro Kota Banjarnegara. Masih ada factor lain yang dapat mempengaruhi minat beli misalnya factor harga, persepsi merek dan budaya.

Penelitian terdahulu oleh (Trijalu Guruh Muhammad, 2008) dengan judul Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap keputusan pembeli pada pengunjung Sogo Departemen Store cabang Sun Plaza Medan yang menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli pada pengunjung Sogo Departement Store cabang Sun Plaza di Medan. Hasil pengujian dengan uji F menunjukkan variabel promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian oleh pengunjung Sogo Departement Store cabang Sun Plaza di Medan. Hal ini berarti bahwa promosi dan lokasi dapat meningkatkan pembelian pengunjung Sogo Departement Store cabang Sun Plaza di Medan. Secara persial, masing-masing variabel promosi maupun lokasi berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh pengunjung Sogo Departement Store cabang Sun Plaza di Medan. Berdasarkan hasil penelitian, maka disarankan sebagai berikut : hendaknya Sogo Departement Store cabang Sun Plaza di Medan mempertahankan dan meningkatkan promosi yang telah dilakukan selama ini dalam upaya untuk meningkatkan pembelian konsumen. Berbagai fasilitas yang disediakan dilokasi Sogo Departement Store cabang Sun Plaza di Medan tetap dipertahankan dan ditingkatkan untuk meningkatkan kunjungan konsumen ke sogo Departement Store.

Bagi seorang konsumen, suasana yang aman dan nyaman menjadi bahan pertimbangan sendiri sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi toko tertentu. Swalayan De Mart Atambua sendiri menyediakan berbagai serana untuk membuat konsumen merasa nyaman dan aman seperti tempat parkir yang disediakan aman, penitipan helm dan didalam gedung tersedia AC yang memadai yang akan membuat konsumen merasa aman, kerapian didalam toko selalu terjaga pencahayaan didalamnya cukup terang, begitu juga dengan kebersihan lantainya dan temperatur udara yang sejuk.

Dilihat dan ditinjau dari segi lokasi Swalayan De Mart terbilang strategis. Kemudahan akses sampai di Swalayan De Mart dari berbagai sudut Atambua terutama lewat sarana angkutan umum. Dimana kendaraan ini sangat banyak yang melewati lokasi Swalayan De Mart tersebut. Hal ini dikarenakan letak swalayan de mart yang terletak di jalan Soekarno Hatta No.124 Atambua, yang merupakan jalan protokol kota atambua yang dilalui.

Pada akhirnya suasana toko dan lokasi tersebut dirancang sedemikian rupa untuk dapat menarik minat beli konsumen. Hal yang harus dapat diperhatikan dalam menarik minat beli konsumen yakni penjual harus sanggup memberikan kesan yang baik serta lokasi yang nyaman sebelum menjual barangnya, kesan yang dapat membentuk citra terhadap tokonya. Jika toko dilengkapi dengan pengaturan ruang yang nyaman, penyejuk udara, dan artistik penggunaan warna cat dinding yang sejuk, semuanya menunjukkan adanya suasana toko yang berkelas. Dengan demikian suasana toko dan lokasi yang tepat menjadi sasaran komunikasi yang positif, menguntungkan dan memperbesar peluang untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Analisis Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Swalayan De Mart Atambua.**

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik dengan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Swalayan De Mart Atambua.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah

1. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap minat beli di Swalayan De Mart Atambua ?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli di Swalayan De Mart

Atambua ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui suasana toko berpengaruh terhadap minat beli di Swalayan De Ma Atambua.
2. Untuk Mengetahui lokasi berpengaruh terhadap minat beli di Swalayan De Mart Atambua.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain:

1. Bagi peneliti :
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh suasana toko dan lokasi terhadap minat beli.
 - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan dan menambah wawasan peneliti.
2. Bagi pihak lain:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh suasana toko dan lokasi terhadap minat beli. Sehingga dapat menjadi masukan yang berguna bagi para pelaku pasar terutama pemilik Swalayan sehingga dapat memaksimalkan suasana toko dan lokasi agar dapat menarik konsumen.