

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Keberadaan toko buku sangat disambut baik oleh pelajar di kota Malang, sehingga peritel harus mampu bersaing di pasar mereka untuk merebut hati konsumennya. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan, setiap retailer dituntut untuk mengembangkan usaha pemasaran yang inovatif pada bisnis ecerannya guna menarik para konsumen untuk mengunjungi tokonya, setelah itu konsumen diharapkan melakukan pembelian, sehingga omset penjualan akan naik, dengan omset penjualan naik maka pendapatan akan naik dan berakibat aliran laba (*profit flow*) akan lancar.

Dengan demikian untuk dapat menarik konsumen agar melakukan pembelian, salah satunya dapat dilakukan dengan kreatifitas penciptaan suasana (*Atmosphere*) yang menyenangkan dan menarik di dalam toko, karena dewasa ini ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja, dimana kegiatan berbelanja tidak hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli barang kebutuhan saja, tetapi juga kegiatan untuk rekreasi, hiburan atau hanya untuk melepas stress. Artinya, saat konsumen masuk ke sebuah toko, mereka tidak hanya memberikan penilaian terhadap produk yang ditawarkan retailer tetapi juga akan memberikan penilaian terhadap kreatifitas penciptaan suasana pada toko tersebut.

Kondisi atau suasana (*Atmosphere*) dalam toko yang menyenangkan akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengunjungi sebuah toko, hal ini nanti

akan mempengaruhi pula konsumen dalam mengambil keputusan apakah ia mau membeli produk ataukah tidak, karena seseorang yang awalnya hanya ingin berjalan-jalan atau dengan kata lain ingin berkunjung ke sebuah toko dan ia merasa nyaman dan senang di dalam toko tersebut, maka ia akan berlama-lama berada dalam toko sambil melihat-lihat barang yang nantinya akan menyebabkan seseorang tadi untuk membeli. Seperti yang dikatakan Sutisna (2001:163) bahwa “lokasi toko, *layout* toko (tata letak) toko, dan atmosfer toko mempengaruhi perilaku dalam mengunjungi sebuah toko”. Begitu juga Mowen & Minor (1996:139) berkata bahwa “suasana toko mempengaruhi keadaan emosional pembeli, yang mendorong untuk meningkatkan atau mengurangi belanja”.

Sutisna (2001:164) juga menegaskan bahwa “pengertian atmosfer lebih luas dari sekedar *layout* toko, tetapi meliputi hal-hal yang bersifat luas seperti tersedianya pengatur udara (AC), tata ruang toko, penggunaan cat, penggunaan jenis karpet, warna karpet, bahan-bahan rak penyimpanan barang, bentuk rak dan lain-lain”.

Peter & Olson (1996:258) dalam bukunya yang berjudul perilaku konsumen dan strategi pemasaran menjelaskan pula hampir setiap lingkungan terdapat sejumlah perangsang yang tidak ada habisnya, yang mempengaruhi perilaku konsumen, tak terkecuali dengan toko eceran. Toko memiliki beberapa rangsangan yang mempengaruhi konsumen: karakteristik dari konsumen lain yang datang, serta pramuniaga, pencahayaan, suara, bau, suhu, luas rak dan *disply* barang, tanda-tanda, warna dan barang dagangan.

Berangkat dari uraian diatas, maka disini Toko Buku Togamas juga melakukan beberapa inovasi untuk menarik konsumennya agar melakukan

kunjungan ke tokonya, yang kemudian diharapkan melakukan pembelian. Menurut ibu Wiwik selaku Humas menjelaskan salah satu cara inovasi yang dilakukan toko buku ini adalah dengan perubahan pada *layout* toko diantaranya perluasan tempat, penambahan rak-rak buku dan juga tersedianya cafe pada toko buku ini, dari segi sosial terdapat penambahan pada karyawan toko yang nantinya diharapkan akan mampu melayani konsumen dengan baik kemudian yang terakhir adalah faktor ambien toko yaitu pencahayaan dan kualitas udara yang diberikan oleh toko buku Togamas diharapkan mampu membuat pengunjung betah berlama-lama didalam toko yang akhirnya melakukan pembelian. Penciptaan suasana atau atmosfer toko dilakukan dengan pemberian hiasan-hiasan di dalam toko, pewarnaan dinding dalam toko, pemberian suara musik, penciptaan suhu yang sejuk, pencahayaan yang terang dan masih banyak yang lain. Kesemuanya itu, untuk menciptakan kenyamanan di dalam toko agar konsumen merasa nyaman seperti di rumah sendiri ketika membaca-baca buku atau melihat-lihat produk yang di jual di Toko Buku Togamas.

Berdasarkan pengamatan peneliti di Toko Buku Togamas, peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh atmosfer toko (*store atmosphere*) yang diciptakan oleh peritel tersebut memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen setelah mengalami perubahan *layout* dalam berbelanja di Toko Buku Toga Mas. Dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Atmosfer Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Buku Togamas Cabang Malang)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Seperti yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Atmosfer Toko secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toko Buku Togamas Cabang Malang?
2. Apakah Atmosfer Toko secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toko Buku Togamas Cabang Malang?
3. Apakah Atmosfer Toko secara dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toko Buku Togamas Cabang Malang?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah, untuk:

1. Mengetahui pengaruh Atmosfer Toko secara simultan terhadap keputusan pembelian Toko Buku Togamas Cabang Malang.
2. Mengetahui pengaruh Atmosfer Toko secara parsial terhadap keputusan pembelian Toko Buku Togamas Cabang Malang.
3. Mengetahui pengaruh Atmosfer Toko secara dominan terhadap keputusan pembelian Toko Buku Togamas Cabang Malang.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh perusahaan untuk pengambilan kebijakan strategi pemasaran untuk mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu juga sebagai salah satu sumber informasi yang berguna bagi perusahaan, khususnya yang nantinya diharapkan akan

bermanfaat dalam membantu evaluasi program dan kegiatan pemasaran perusahaan

## 2. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengaplikasikan ilmunya secara langsung dengan menghadapi kondisi secara nyata di lapangan dan dapat mengasah kemampuan penulis untuk melakukan penelitian secara ilmiah, serta dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan wawasan.

