

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang

Dunia bisnis di Indonesia berkembang sangat pesat. Kondisi ini menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan mampu bertahan terhadap banyaknya pesaing. Para pengusaha dapat menentukan strategi yang tepat dalam berkompetisi, salah satunya dalam memberikan layanan kepada para konsumen. Ada berbagai macam bisnis yang bisa menjadi peluang usaha, yang saat ini sedang marak salah satunya bisnis *cafe* dan *resto*. Hal ini membuat pengusaha *cafe* dan *resto* berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen. Konsumen harus dapat merasa nyaman dan tertarik untuk datang pada *cafe* dan *resto* yang dikunjungi. Kesan nyaman akan mengundang minat beli konsumen untuk melakukan pembelian. Setiap pengusaha *cafe* dan *resto* harus memikirkan cara agar konsumen tertarik untuk datang dan melakukan pembelian.

Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat suatu yang berbeda. *Store atmosphere* bisa menjadi alternatif untuk membedakan *cafe dan resto* lainnya. *Store atmosphere* berperan sebagai pencipta suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada di *cafe dan resto* dan menikmati makanan minuman yang tersedia sesuai menu *cafe*. Dengan menciptakan *store atmosphere* yang aman dan nyaman dapat memberi

kesan menarik pada konsumen sehingga menimbulkan minat beli yang pada akhirnya mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian (Kotler, 2005:49). Kreativitas penciptaan *store atmosphere* yang baik melalui variabel-variabel *store atmosphere* yang meliputi *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display*, tidak hanya memberikan nilai tambah bagi produk yang dijual tetapi juga menciptakan suasana lingkungan yang menyenangkan bagi konsumen sehingga memilih *cafe* dan *resto* dan melakukan pembelian (Berman dan Evans, 2010:508).

*Store atmosphere* bisa mempengaruhi perasaan atau *mood* para konsumen yang berkunjung ke *cafe* dan *resto* sehingga mempengaruhi minat untuk membeli. Minat beli merupakan suatu keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa akibat pengaruh eksternal maupun internal. Minat beli adalah tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum merencanakan untuk membeli suatu produk (Kotler, 2005:205). Minat beli diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang berbentuk persepsi. Persepsi tersebut harus mampu distimulir sehingga timbul tekanan untuk segera mewujudkannya dalam bentuk pembelian. Minat yang muncul dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat. Penelitian yang dilakukan Desi dkk (2014) menekankan bahwa minat beli memberi pengaruh besar terhadap perolehan omset penjualan dan keuntungan perusahaan.

Baker dalam Meldarianda dan Lisan (2010), menambahkan bahwa dengan menunjukkan sebuah cafe yang memiliki *atmosphere* yang baik dan elegan dapat memberikan kesan sosial yang baik dimata konsumen dan jika kesan positif tersebut berlangsung lama, maka *cafe* dan *resto* tersebut akan menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk membeli di *cafe* dan *resto* tersebut. Perubahan terhadap *store atmosphere* harus dirancang agar tidak membosankan, agar pelanggan tetap setia dan dapat menghadapi para pesaing. Magetan merupakan kota wisata, hal tersebut yang membuat persaingan bisnis *café* semakin ketat di Kabupaten Magetan. Salah satu bisnis *café* yang berada di Kabupaten Magetan adalah *café Terrace*. *Café Terrace* merupakan salah satu pelaku bisnis *café* di Kabupaten Magetan. Selain *café Terrace* banyak pelaku bisnis *café* yang berkembang dengan menawarkan produk yang tidak kalah menarik. Menurut hasil *survey* pendahuluan kepada konsumen yang memilih berkunjung ke *café Terrace* adalah paling banyak disbanding cafe lain. Banyaknya pengunjung di *café Terrace* dikarenakan desain yang menarik, suasana nyaman serta *Instagramable*.

*Store atmosphere* yang dibuat dengan semenarik dan nyaman dapat berpengaruh positif dan memberikan keuntungan bagi *café* tersebut. Dalam penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa dengan *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan minat beli bagi konsumen pada *café Bene Bandung* (Rizki dan Wardhana, 2016). Selain itu penelitian yang dilakukan Sari dkk (2014) menunjukkan bahwa *store atmosphere*

berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen pizza hut Semarang. Penelitian yang dilakukan Putra dan Wijaksana (2017) menemukan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli armor kopi Bandung. Dari penjelasan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen di *Cafe Terrace Magetan*”**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *exterior* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di *cafe Terrace Magetan* ?
2. Apakah *general interior* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di *cafe Terrace Magetan* ?
3. Apakah *store layout* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di *cafe Terrace Magetan* ?
4. Apakah *interior display* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di *cafe Terrace Magetan* ?
5. Apakah *store atmosphere* yang meliputi *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di *cafe Terrace Magetan* ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis signifikansi pengaruh positif *exterior* terhadap minat beli konsumen di *cafe Terrace Magetan*.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh positif *general interior* terhadap minat beli konsumen di *cafe Terrace Magetan*.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh positif *store layout* terhadap minat beli konsumen di *cafe Terrace Magetan*.
4. Menganalisis signifikansi pengaruh positif *interior display* terhadap minat beli konsumen di *cafe Terrace Magetan*.
5. Menganalisis signifikansi pengaruh secara simultan *store atmosphere* yang meliputi *exterior, general interior, store layout, dan interior display* terhadap minat beli konsumen di *cafe Terrace Magetan*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dengan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti  
Menambah pengetahuan yang telah diperoleh selama studi dengan memahami fenomena atau kenyataan riset yang sesuai dengan objek penelitian yang diteliti untuk dianalisis menggunakan pendekatan teori yang dipelajari dibangku kuliah.

2. Bagi penelitian selanjutnya  
Menjadi dasar penelitian selanjutnya, terutama penelitian yang berkaitan dengan *store atmosphere* dan minat beli.
3. Bagi perusahaan  
Menjadi bahan refensi dalam pengembangan pemasaran perusahaan lebih lanjut lagi bagi perusahaan terkait.

## E. Sistematika Penulisan

### A. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang teori-teori meliputi pengertian tentang *store atmosphere*, perilaku konsumen, minat beli konsumen.

#### BAB III : METODA PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai desain penelitian; populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel; lokasi dan

waktu penelitian; data dan prosedur pengumpulan data; dan teknik analisis data.

#### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi data penelitian; hasil penelitian; dan pembahasan.

#### **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran bagi penelitian selanjutnya.