

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi saat ini persaingan di dunia bisnis sangatlah ketat. Persaingan tersebut yang terjadi di berbagai bidang usaha baik pada perusahaan berskala kecil maupun besar. Dengan persaingan ini perusahaan berlomba-lomba dalam mengimplementasikan strategi bersaing yang ampuh agar dapat bertahan supaya berhasil dalam persaingannya. Dalam mengembangkan strategi pemasaran, pemasar dituntut kreatif dalam menciptakan penawaran yang menarik untuk mempengaruhi konsumen. Salah satu cara untuk menciptakan penawaran tersebut adalah dengan melakukan penataan ruang yang menarik dan nyaman. Penataan ruang tersebut adalah penentu suasana yang akan dirasakan oleh konsumen jika berkunjung ke toko pemasar. Suasana yang tercipta pada toko ini disebut *store atmosphere*.

Store atmosphere adalah suasana toko yang sangat berpengaruh bagi sebuah toko untuk membuat konsumen merasa betah dan nyaman memilih jenis produk yang akan dibelinya. Untuk menciptakan suasana yang mendukung dari sebuah toko memerlukan desain yang memadai. Hal itu mencakup desain muka sebuah toko, pintu masuk, sirkulasi pengunjung dari jalan masuk, dan sebagainya. Lalu mengenai tata letak, perlu dipikirkan bagaimana memaksimalkan ruang, seperti mengatur kursi-kursi, meja dan perabotan-perabotan tanpa mengurangi

kenyamanan konsumen sehingga kemungkinan pelanggan untuk membuat keputusan pembelian bisa meningkat.

Keputusan pembelian itu sendiri merupakan proses yang dilakukan konsumen untuk memilih dan membeli barang dan jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian. Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi beberapa faktor, salah satu diantaranya suasana toko. Oleh karena itu perusahaan harus mampu membuat strategi-strategi yang berkaitan dengan suasana toko agar konsumen betah dan nyaman membeli produk yang dijual.

Keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap barang dan jasa berkembang terus menerus dan setiap perusahaan pun berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen dengan menyediakan macam-macam jenis usaha, salah satunya yaitu warung kopi. Bisnis warung kopi merupakan bisnis yang tidak ada matinya apabila kita dapat melihat peluang yang selalu terbuka lebar. Dalam menjalankan bisnis warung kopi pengusaha harus mengutamakan cita rasa khususnya minuman yang disediakan, namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan selain dari produk yang ditawarkan yaitu kondisi lingkungan bisnis, pelayanan yang baik dan bisa memberikan kepercayaan serta kepuasan kepada konsumen.

Boys Coffee merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis warung kopi dengan konsep modern. Boys Coffee menyediakan berbagai jenis minuman kopi dan lainnya seperti produk olahan dari teh, susu dan jus buah. Tata

ruang yang kekinian serta desain interior yang modern merupakan senjata ampuh Boys Coffee dalam menarik minat konsumen. Dari wawancara awal terhadap 25 orang pelanggan Boys Coffee, 10 orang berpendapat bahwa Boys Coffee masih memiliki kekurangan yang secara tidak langsung bisa menjadi ancaman bagi perusahaan tersebut salah satunya seperti penerangan, penataan kursi yang berdekatan sehingga dapat mengganggu privasi konsumen, dan ruangan lantai atas terkadang panas. Selain itu warna cat dinding juga agak gelap sehingga tidak begitu nyaman dipandang mata.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dirasakan perlu dilakukan suatu penelitian di Boys Coffee. Judul yang tepat terkait dengan fenomena di atas yaitu **“Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Pada Boys Coffee Langsa”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Boys Coffee Langsa?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Boys Coffee Langsa.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Memberikan masukan dan informasi pada pemilik Boys Coffee Langsa dalam hal *store atmosphere*.
2. Sebagai informasi dan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian pada masalah yang sama di masa yang akan datang.