

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pelanggan menjadi kompetisi agar perusahaan berlangsung semakin ketat. Persaingan yang sangat ketat menuntut para pengusaha untuk dapat menunjukkan strategi yang tepat dalam berkompetensi, yaitu dalam melakukan pemenuhan kebutuhan pelanggan yang selalu bervariasi.

Ada beberapa jenis bisnis yang bisa menjadi usaha, salah satunya adalah bisnis Bapak Gunawan Mappe yaitu Distro Ungu. Distro Ungu merupakan sebuah toko yang menjual aneka aksesoris yang di khususkan bagi anak muda seperti kaos, celana, jaket, sepatu, tas, topi, dompet dan masih banyak lagi yang semuanya berhubungan dengan fashion, barang importnya berasal dari Jawa : Bandung, Jakarta, Makasar. Alasan kenapa anak muda lebih memilih belanja pakaian di distro ialah desain dari jenis barang itu sendiri cukup unik dan tidak tersedia di toko baju lainnya. Berbicara tentang peluang usaha jualan baju distro memang sangat menjanjikan, hal itu di dorong dengan teknologi semakin canggih membuat desain-desainnya semakin unik dan cantik. Masalah kualitas pun tak perlu diragukan lagi, halus tidak mudah robek. Pada umumnya,

banyak pelaku usaha ini pada awalnya hanya menjual tidak memproduksi sendiri. Seperti menjual produk orang lain atau disebut sebagai dropship, dan menyerahkan produksinya ke pengusaha konveksi atau disebut sebagai vendor. Sementara pelaku usaha distro fokus pada pembangunan brand. Sehingga mereka pun bisa konsentrasi 100% memikirkan promosi dan penjualan. Untuk merek clothing yang baru dirintis sebaiknya memasarkan produknya dengan sistem jual atau titip di toko distro khusus.

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Tjiptono (2008:21)

Keputusan pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir. Salah satu aspek penting yang harus diperhatikan dalam meningkatkan minat beli atau keputusan pembelian dari konsumen yakni keadaan lingkungan yang ada dalam perusahaan, hal ini sering dikaitkan dengan *Store Atmosphere*.

Proses keputusan konsumen bukanlah berakhir dengan pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk yang dibeli tersebut. Pengalaman

itu akan menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pembelian dimasa depan (Ma'ruf, 2005:14).

Fenomena yang bisa kita lihat perkembangan pusat perbelanjaan di Indonesia adalah pertumbuhannya yang sangat pesat. Banyak pusat-pusat perbelanjaan yang berdiri di berbagai kota besar di Indonesia. Pengusaha distro memperhatikan fenomena ini, sehingga mereka berusaha semaksimal mungkin agar tidak gulung tikar. Berbagai usaha dilakukan baik dengan menawarkan konsep rekreasi di distro, konsep hiburan, dan berbagai konsep lainnya. Harapannya adalah pelanggan memiliki pengalaman unik saat datang ke distro milik mereka. Saat pelanggan memiliki pengalaman personal saat mereka berjalan-jalan bersama teman-teman, berbelanja, makan, dan aktivitas-aktivitasnya, konsumen akan puas dan akan kembali mengunjungi distro tersebut, apalagi Lokasi Distro Tersebut berdekatan dengan Kampus Universitas Negeri Gorontalo, tentunya Mahasiswa lebih mudah pergi berbelanja pada toko tersebut karena jarak distro dan kampus saling berdekatan, halnya saja banyak pesaing distro lain dengan menjadikan suasana toko yang berbeda. Pada dasarnya suasana toko, lokasi, dan kompotitor merupakan faktor berbahaya bagi perusahaan. Karena sekarang ini konsumen semakin kritis dalam memilih suatu produk. Dengan banyaknya toko-toko yang menjual barang sejenis digorontalo membuat pesaing bisnis menjadi begitu ketat, sehingga distro ungu harus mampu bersaing dengan berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan

pelanggan lama. Dari fenomena yang telah diuraikan diatas maka peneliti akan mengkaji lebih lanjut berbagai faktor keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas tersebut, maka judul penelitian yang diangkat oleh penulis adalah **“Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Ungu Kota Timur”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka penulis perlu mengidentifikasi masalah yang timbul. Hal ini digunakan untuk menyederhanakan permasalahan dan memperjelas arah penelitian sesuai dengan judul yang dekemukakan diatas. Permasalahan yang akan diidentifikasi sebagai berikut :

1. Kecendrungan konsumen memilih distro yang lain karena suasana toko yang baru
2. Lokasi distro yang saling berhimpitan antara distro satu dan distro yang lain jadi membuat konsumen bingung untuk berbelanja
3. Adanya competitor lain yang memiliki produk alternatif maka konsumen akan membandingkan pilihan yang mana yang akan diidentifikasi sebagai cara yang potensial di Distro Ungu

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka peneliti merumuskan masalah yaitu :

1. Apakah suasana toko (Store Atmosphere) berpengaruh pada keputusan pembelian di distro ungu kota timur ?
2. Apakah pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di distro ungu kota timur?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui dan mengkaji Apakah suasana toko (*store atmosphere*) dan pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada distro ungu kota timur

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang penerapan pelaksanaan teori yang selama ini penulis peroleh dari bangku kuliah dan memahami ilmu manajemen pemasaran serta pelaksanaannya secara langsung di lapangan khususnya mengenai suasana toko (*store atmosphere*) dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian selama berbelanja di toko distro ungu.

b. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang dipertimbangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi suasana toko (*store atmosphere*) dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian di distro ungu kota timur., dalam merumuskan program dan tujuan serta pengambilan keputusan dalam rangka pengembangan perusahaan.

c. Untuk lembaga

Diharapkan kegunaan penelitian ini dapat menambah kajian ilmu mengenai pentingnya suasana toko (*store atmosphere*) dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian di distro ungu kota timur. Disamping itu hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama dikemudian hari.