

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha kuliner di Indonesia berlangsung sangat cepat, meskipun sekarang ini perekonomian Indonesia mengalami masa yang cukup sulit. Seiring dengan meningkatnya usaha-usaha dibidang kuliner menyebabkan terjadi persaingan dibidangnya. Jika perusahaan ini ingin berhasil dalam persaingan maka perusahaan tersebut harus dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Selanjutnya diperlukan upaya-upaya untuk pemenuhan kebutuhan, keinginan serta kepuasan dari para konsumen tersebut.

Payakumbuh merupakan salah satu kota yang maju di provinsi Sumatera Barat saat ini. Sebagai kota maju yang terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasinya pun semakin cepat. Hal tersebut akan menjadi salah satu faktor yang mendorong terciptanya persaingan sengit didalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus-menerus berinovasi dalam menarik konsumen dan mempertahankan para pelanggannya. Bisnis kuliner saat ini merupakan salah satu bisnis yang marak dan menarik di kota Payakumbuh. Sampai saat ini pun bisnis cafe masih digemari seiring dengan perubahan selera dan gaya hidup masyarakat khususnya di kota Payakumbuh ([www.jawapos.com](http://www.jawapos.com)).

Julianti.*et al* (2014) mengatakan bahwa minat beli merupakan suatu keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa akibat pengaruh baik eksternal maupun internal dimana sebelumnya dilakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang akan dibeli.

Menurut Kotler (2005) menyatakan bahwa *store atmosphere* (suasana toko) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Definisi yang lebih luas juga dijelaskan oleh Sari,*et.al* (2014) *store atmosphere* merupakan suasana toko yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen saat menghabiskan banyak waktu di suatu restoran atau cafe, selain itu *store atmosphere* akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk memilih restoran atau cafe tersebut dibanding yang lainnya karena konsumen lebih memilih cafe yang menarik dan nyaman, hal ini dapat dilihat dari segi *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*. Sedangkan menurut Barry dan Evans (2004) mereka membagi rangsangan *atmosphere* terdiri dari bagian luar toko, bagian dalam toko, tata letak ruangan, dan pajangan (*interior point of interest display*).

Dari sekian banyak pilihan cafe yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih cafe. Setiap konsumen memiliki harapan yang berbeda terhadap produk yang akan mereka beli, dimana mereka akan membelinya, dengan harga berapa produk tersebut dibeli, dan *store atmosphere* bagaimana yang mereka harapkan. D'besto cafe adalah salah satu cafe di kota Payakumbuh yang berdiri pada tahun 2015 terletak di jalan Soekarno Hatta kota Payakumbuh Barat. D'besto cafe ini menggunakan *store atmosphere* sebagai alat komunikasinya dengan para konsumennya. Sehingga banyak masyarakat

Payakumbuh mengunjungi D'besto cafe, kemungkinan disebabkan karena musiknya yang enak didengar, aroma yang bisa membuat orang merasa nyaman, penataan cahaya ruangan yang cukup bagus, kebersihan D'besto cafe membuat pengunjung merasa nyaman, kemudian warna dinding ruangan yang sangat menarik untuk dipandang yang memungkinkan menarik minat konsumen untuk berkunjung ke D'besto cafe Payakumbuh (Survei pendahuluan, 2015).

Dari latar belakang yang dipaparkan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berjudul **“Analisis Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli di D'besto Cafe Payakumbuh”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Maka dari itu dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kebersihan (*cleanliness*) berpengaruh terhadap minat beli di D'besto cafe Payakumbuh ?
2. Apakah musik (*music*) berpengaruh terhadap minat beli di D'besto cafe Payakumbuh ?
3. Apakah aroma (*scent*) berpengaruh terhadap minat beli di D'besto cafe Payakumbuh ?
4. Apakah penataan cahaya (*lighting*) berpengaruh terhadap minat beli di D'besto cafe Payakumbuh ?

5. Apakah warna (*color*) berpengaruh terhadap minat beli di D'besto cafe Payakumbuh ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kebersihan (*cleanliness*) cafe terhadap minat beli di D'besto cafe Payakumbuh.
2. Untuk menganalisis pengaruh musik (*music*) di cafe terhadap minat beli di D'besto cafe Payakumbuh.
3. Untuk menganalisis pengaruh aroma (*scent*) cafe terhadap minat beli di D'besto cafe Payakumbuh.
4. Untuk menganalisis pengaruh penataan cahaya (*lighting*) cafe terhadap minat beli di D'besto cafe Payakumbuh.
5. Untuk menganalisis pengaruh warna (*color*) cafe terhadap minat beli di D'besto cafe Payakumbuh.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis berharap dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Memberi kontribusi pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen serta juga

dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

## 2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi D'besto cafe Payakumbuh dalam upaya penciptaan *store atmosphere* sebagai alat komunikasi untuk mempengaruhi minat beli konsumen.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini akan di bahas pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli di D'besto cafe Payakumbuh.

### 1.6 Sistematika Penulisan

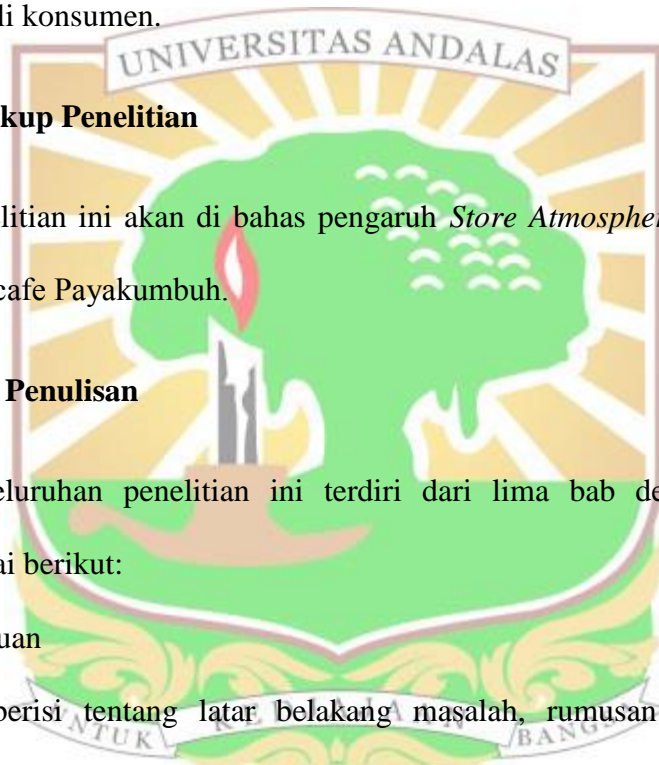
Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

#### Bab II: Tinjauan Literatur

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran dan hipotesis.



### Bab III: Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang desain penelitian, operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, analisis data, dan pengujian hipotesis.

### Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini merupakan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

### Bab V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian berikutnya.

