

BAB I

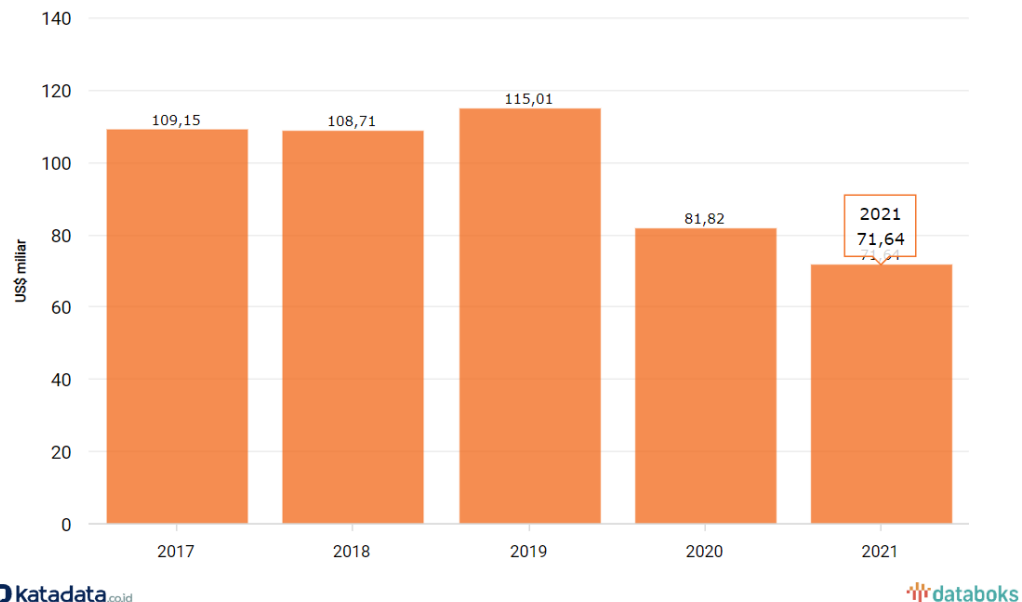
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di suatu negara dipengaruhi oleh perkembangan bidang industri, jasa dan dagang yang akan mampu memberikan perubahan-perubahan berarti bagi kehidupan masyarakat. Semakin meningkatnya bisnis ritel atau eceran di akibatkan perubahan kondisi perekonomian di Indonesia. Banyaknya bisnis ritel modern yang bermunculan tidak hanya di kota-kota besar di Indonesia yang menyediakan semua kebutuhan berbelanja di suatu tempat perbelanjaan menandakan perkembangan perekonomian di Indonesia. Untuk meningkatkan atau terciptanya permintaan barang dan jasa ritel, globalisasi menjadi faktor utama dalam hal tersebut.

Dewasa ini, bisnis berkembang dengan sangat pesat yang disebabkan oleh perkembangan di sektor ekonomi. Pada awalnya bisnis ritel ini telah dikuasai oleh toko kaki lima dan saat ini telah bergeser yang lebih modern yaitu ditandai oleh banyaknya pelaku ritel seperti supermarket, minimarket dan toko-toko lainnya yang menggantikan sebagian pasar tradisional dan toko kelontong. Bisnis ritel banyak digemari oleh para pengusaha karena sebagian mendapatkan keuntungan sangat besar. Namun untuk mencapai keuntungan sangat besar terkadang sebagian para pengusaha mengalami penurunan saat menjalani bisnis ritel. Berdasarkan databox (2022), mengatakan bahwa penjualan ritel di indonesia

mengalami penurunan pada 3 tahun terakhir. Berikut ini adalah data penjualan ritel di Indonesia dari 2017 hingga 2021 :



Gambar 1. 1 Data Penjualan Ritel di Indonesia

Sumber : Katadata.co.id (2022)

Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa dalam kurung waktu 3 tahun terakhir, penjualan ritel terus menurun yang diakibatkan adanya pandemi covid-19 yang membuat aktivitas berbelanja ke ritel berkurang. Pada tahun 2021, penjualan ritel tercatat US\$71,64 miliar. Angka tersebut turun 12,4 % dari penjualan ritel tahun 2020. Pada tahun 2020, angka penjualan mencapai US\$81,82 miliar. Ditahun tersebut tercatat penurunan yang signifikan sebesar 28,9 % dari tahun 2019. Sedangkan angka penjualan ritel tertinggi dalam kurung waktu 5 tahun terakhir tercatat di tahun 2019 sebesar US\$115,01 miliar.

Seiring berjalannya waktu, manusia tidak hanya mengetahui transaksi jual-beli di pasar tradisional melainkan sudah mengetahui adanya aktivitas transaksi jual beli yang bersifat modern. dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan yang pesat dialami dalam bisnis ritel di Indonesia. Bisnis ritel diartikan sebagai kegiatan yang menjual produk atau barang dengan menggunakan sistem swalayan. Barang yang dijual adalah barang dagangan seperti kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari. Penjualan barang atau jasa langsung kepada konsumen akhir dengan tujuan untuk sebagai penggunaan pribadi dan non-bisnis itu disebut dengan ritel.

Perusahaan ritel dituntut lebih kreatif dan inovatif akibat dari kemajuan dunia usaha untuk menghadapi persaingan yang ketat agar perusahaan ritel dapat bertahan. Meningkatnya permintaan barang dari kuantitas dan kualitas yang disebabkan oleh meningkatnya daya beli masyarakat. Oleh karena itu, untuk memenangkan persaingan, satu perusahaan ritel dengan ritel lainnya bersaing untuk menawarkan berbagai macam barang dan jasa.

Aspek kehidupan masyarakat dapat dipengaruhi salah satunya yaitu gaya hidup. Kehidupan masyarakat dapat dipengaruhi oleh perkembangan globalisasi dan banyak peritel besar yang mengamati perkembangan tersebut. mempertahankan pelanggan dengan menciptakan citra yang baik di hati konsumen dan mengimplementasikan pelayanan yang memuaskan merupakan cara sukses dalam persaingan yang harus dipenuhi oleh perusahaan. perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan sangat tergantung pada perusahaan sebagai atribut dalam kelengkapan.

Bagi pemasar, strategi pemasaran dipengaruhi oleh mekanisme kunci yaitu keputusan pembelian. Dalam berkelanjutan bisnis, perusahaan ritel harus memperhatikan apa yang mereka lakukan dan pelanggan akan fleksibel berbelanja dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Selain itu perkembangan pasar swalayan dewasa ini cukup begitu signifikan. Kota Padang merupakan Ibu Kota dari Provinsi Sumatera Barat, yang karena itu masyarakat kotanya memiliki mobilitas yang tinggi jika diukur dengan demografi. Perkembangan ritel modern dengan tumbuhnya dan ditemukannya berbagai supermarket, namun ritel seperti Alfamart dan Indomart belum ada ditemukan di Kota Padang. Alasan tersebut karena pemerintah Kota Padang bersama Provinsi Sumatera Barat belum memberikan izin kepada ritel tersebut dengan sejenisnya yang memberikan dampak akan mematikan perekonomian seperti UMKM di Kota Padang. Namun, sejak tahun 1990 hingga saat ini sudah banyak ritel-ritel modern dan umkm yang berdiri di Kota Padang dari bentuk minimarket hingga supermarket.

Minimarket seperti SJS Plaza, Damar Plaza, Singgalang Mart dan masih banyak lainnya yang berbasis waralaba saat ini berkembang pesat yang membuat persaingan semakin ketat khususnya di Kota Padang. Sejalan dengan hal tersebut menyebabkan konsumen mempunyai banyak alternatif dalam membuat pilihan untuk berbelanja. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Pemerintah Kota Padang meluncurkan Aciak Mart, Suatu toko ritel berbasis modern yang digunakan sebagai penggerak daya ekonomi masyarakat.

Aciak Mart menjadi salah satu toko ritel terbaru yang berbasis modern dan hadir di tengah masyarakat kota Padang dan didirikan pada tahun 2016 oleh Amril Amin, S.AP. Aciak mart dikatakan tergolong baru akan tetapi masih bisa bersaing dan berkembang dengan ritel yang terlebih dahulu berdiri seperti halnya Basko Grand Mall, Budiman Swalayan, Citra Swalayan, SJS Mart dan masih banyak lainnya. Aciak mart didirikan sebagai mengatasi persaingan yang semakin kompetitif dan memenangkan persaingan dari para kompetitor yang sejenisnya. Untuk menentukan cara dalam memenangkan persaingan, sebuah toko ritel harus memiliki suatu perbedaan dengan ritel lainnya. Seperti dengan halnya Aciak Mart melakukan pelayanan yang baik untuk pelanggan setianya serta memperkenalkan dan menjual produk-produk rumahan dari Dinas UMKM yang membuat menjadikan itu suatu keunggulan bagi Aciak Mart sendiri.

Table 1. 1 Nama Ritel Modern di Kota Padang

| No | Nama Toko Ritel | Jenis | Tahun Operasi | Keterangan | Cabang |
|----|------------------|------------|---------------|------------|----------|
| 1 | Citra Swalayan | Minimarket | 1996 | Lokal | 9 cabang |
| 2 | Singgalang Mart | Minimarket | 1999 | Lokal | 2 cabang |
| 3 | Yosi Supermarket | Minimarket | 2000 | Lokal | 1 Cabang |
| 4 | Hore Mart | Minimarket | 2001 | Lokal | 1 Cabang |
| 5 | Rili Swalayan | Minimarket | 2001 | Lokal | 2 Cabang |
| 6 | Rezky Swalayan | Minimarket | 2002 | Lokal | 1 Cabang |
| 7 | Rio Swalayan | Minimarket | 2003 | Lokal | 1 Cabang |
| 8 | Wahyu Swalayan | Minimarket | 2011 | Lokal | 2 Cabang |
| 9 | Bigmart Swalayan | Minimarket | 2012 | Lokal | 1 Cabang |

| | | | | | |
|----|-------------|------------|------|-------|----------|
| 10 | Budiman | Minimarket | 2014 | Lokal | 9 Cabang |
| 11 | Daya Mart | Minimarket | 2016 | Lokal | 4 Cabang |
| 12 | Minang Mart | Minimarket | 2016 | Lokal | 8 Cabang |
| 13 | Aciak Mart | Minimarket | 2016 | Lokal | 7 Cabang |

Sumber : data diolah 2023

Pada tabel 1.1 diatas dapat dilihat berbagai toko ritel modern. menjadi fokus pada penelitian ini adalah minimarket Aciak Mart. Amril amin merupakan pendiri dari minimarket Aciak Mart ini. Di Kota Padang, minimarket Aciak Mart adalah pendatang terbaru dibanding pesaing lainnya. Untuk membuat brand baru tentunya bukan suatu hal yang mudah karena harus mendapatkan simpati dan respon dari konsumen karena sebagian masyarakat Kota Padang belum mengenal Aciak Mart. Aciak Mart telah mendirikan 7 cabang di Kota Padang dalam enam tahun terakhir.

Kota Padang salah satu wilayah daerah sumatera barat dengan jumlah masyarakat terbesar. Berdasarkan data dari BPS 2021, jumlah masyarakat kota padang sebesar 913.45 jiwa. dimana dengan jumlah masyarakat kota padang membuat pengaruhnya permintaan barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat kota padang. Hal ini, memicu banyaknya minimarket atau toko ritel sejenisnya untuk memikat daya tarik konsumen. dalam menghadapi rintangan maupun persaingan yang ada tentunya Aciak Mart harus memiliki strategi yang tepat untuk menumbuhkan keinginan berbelanja atau menarik perhatian dengan salah satunya mendekatkan lokasi tokonya dengan permukiman masyarakat

dengan tujuan mendapatkan respon dari masyarakat yang akhirnya masyarakat sendiri untuk memutuskan berbelanja di Aciak Mart Kota Padang.

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen adalah fungsi pemasaran yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Di tengah ketatnya persaingan, berbagai perusahaan di bidang ritel harus memiliki strategi untuk memenangkan konsumen untuk bertahan di tengah ketatnya persaingan. Keputusan pembelian oleh konsumen adalah hal diperhatikan oleh ritel untuk bisa mendapatkan sebuah pelanggan yang berbelanja di tempatnya. Ketika penjual menawarkan produk yang dijual lalu individu langsung terlibat dalam mengambil sebuah keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Sebuah pandangan dari Mujahid (2017) yang mana keputusan pembelian dikatakan sesi dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Pendapat lain dari Kotler & Keller (2016) keputusan pembelian diartikan sebagai para konsumen bebas untuk memilih sesuai yang ia butuhkan dimana dan kapan saja. (Paramita et al., 2022).

Menurut Raharjani (2005) tempat yang memiliki kualitas keragaman barang yang ditawarkan, menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap akan dipilih oleh konsumen. Dalam hal membeli makanan misalnya, kriteria seperti rasa, nilai, gizi, keandalan, kualitas, dan harga makanan adalah hal yang membuat konsumen untuk mempertimbangkan dan membuat keputusan dalam melakukan pembelian. Dalam meraih keberhasilan untuk mendapatkan pelanggan, pelaku ritel harus melihat lebih jauh bermacam faktor yang mempengaruhi pembeli dan

mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen dalam mengambil sebuah keputusan dalam melakukan pembelian produk.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu atmosfer toko. Bagi konsumen, suasana yang baik akan timbul rasa nyaman ketika berbelanja ditoko. Pada aciak mart menemukan beberapa gerai Aciak Mart yang membuat konsumen tidak nyaman salah satunya kurangnya pencahayaan lampu dan suasana ruangan toko yang panas. Namun hal tersebut tetap dikunjungi konsumen walau merasa tidak nyaman saat berbelanja. Hal ini menjadi fenomena yang sering terjadi pada Aciak Mart. Untuk mengatasi hal tersebut, aciak mart harus memberikan suasana toko yang mampu memberi efek emosional kepada konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Menurut Juharsah dan Hartini (2019) (Solihin, 2021), efek emosional konsumen dalam melakukan pembelian disebabkan oleh perubahan atmosfer toko. Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam mencapai pengalaman berbelanja yang menyenangkan, Aciak Mart tidak hanya fokus berorientasi pada manfaat tetapi juga mengutamakan emosi pelanggan dengan memberikan fasilitas yang membuat konsumen merasa puas berbelanja. Hal ini, membuat Aciak Mart dituntut lebih kreatif dalam melakukan langkah-langkah pemasaran agar konsumen tertarik dengan tujuan akan membeli produk dan terjadinya suatu pembelian. Salah satu aspek yang dapat menjadikan para konsumen untuk membuat keputusan berbelanja di Aciak Mart yaitu Atmosfer Toko. Hal ini dikarenakan jika atmosfer toko baik, seperti letak produk yang memudahkan konsumen untuk mencarinya, warna yang memanjakan mata konsumen, arsitektur yang elegant, kebersihan

yang sangat terjaga, pencahayaan dan sirkulasi udara yang bagus didalamnya, aroma toko yang wangi, hingga suasana toko yang tenang karena musik akan membuat konsumen nyaman ketika berbelanja di Aciak Mart.

Atmosfer Toko dapat membantu dan memposisikan citra toko di benak konsumen dengan cara membuat konsumen nyaman dan teringat kepada produk yang mereka perlu beli. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kuncoro (2011) bahwasannya Atmosfer toko dan store image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko buku gramedia pondok indah. (Maretha & Kuncoro, 2011) Selain itu pandangan dari Diawan (2016) menyatakan bahwa store atmoshpere berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. (Diawan et al., 2016)

Selanjutnya, produk-produk yang ditawarkan berupa barang ,jasa, pengalaman, orang, tempat, gagasan dan organisasi. Hal ini didasari kebutuhan dan keinginan konsumen serta dialami perubahan dari waktu ke waktu maka perusahaan melakukan riset pemasaran dengan tujuan mengetahui produk yang dibutuhkan dan diinginkan kepada konsumen. bagi perusahaan ritel, produk bervariasi dan harga yang terjangkau dapat memberikan keuntungan karena akan memberikan sebuah dorongan kepada konsumen untuk mengambil suatu tindakan pembelian.

Saat ini, menciptakan pengalaman yang khas untuk pelanggan sangat penting bagi pelaku bisnis ritel. sejumlah pendapat ahli dari Bagdare dan Jain (2013) menjelaskan bahwa hal yang menguntungkan dari pengalaman pelanggan adalah

sumber potensial untuk keunggulan kompetitif dan diferensiasi toko. ada berbagai pandangan yang dikemukakan para ahli yang melalui penelitian yang telah dilakukannya. Pandangan dari ahli Sujud (2019), Rachmi (2017), dan Setianingsih (2016) bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (Diawan et al., 2016)

Table 1. 2 Daftar Produk yang dijual Toko Ritel

| No | Nama Toko Ritel | Produk yang dijual | Keterangan |
|----|-----------------|--|---------------|
| 1 | Budiman Mart | Kue, roti, daging, buah, sayur-sayuran, peralatan mandi, kosmetik, perlengkapan bayi, pakaian dalam, peralatan masak, peralatan rumah tangga, bumbu dapur, makanan dan minuman | Lengkap |
| 2 | Citra Mart | Rokok, makanan, minuman, roti, peralatan mandi, bumbu dapur dan kosmetik | Tidak lengkap |
| 3 | Aciak Mart | Rokok, makanan, minuman, roti, peralatan mandi, bumbu dapur dan kosmetik | Tidak lengkap |

Sumber : data diolah 2023

Pada tabel diatas menemukan bahwa lengkapnya produk suatu toko akan mempengaruhi Keputusan pembelian. bagi sebuah toko ritel, salah satu aspek yang menjadi tolak ukur bagi konsumen dalam berbelanja adalah kelengkapan produk. Bagi, konsumen kebutuhan dan keinginannya akan terpenuhi jika barang di toko tersebut lengkap. Fenomena yang terjadi pada Aciak Mart dimana produk yang diinginkan oleh masyarakat kota padang sendiri terkadang ada atau tidak nya produk tersebut. hal ini membuat Aciak Mart mengalami pasang surut penjualan yang terjadi pada Aciak Mart itu sendiri. untuk mengatasi hal tersebut, Aciak

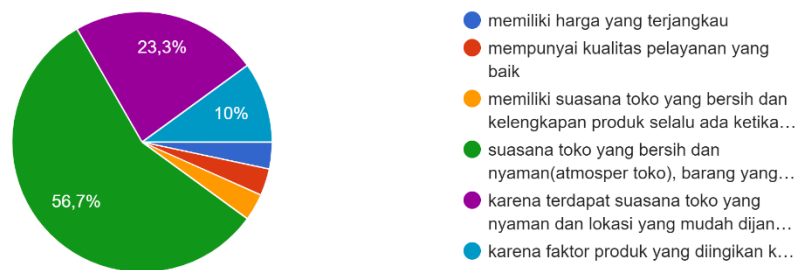
Mart menyusun strategi permasalahan yang terjadi dengan cara melengkapi kekurangan yang ada di Aciak Mart dan menawarkan produk yang ditawarkan aciak mart berbagai jenis dan merek seperti, makanan dan minuman ringan, produk kosmetik, perlengkapan dapur, peralatan mandi, daging, buah, sayur-sayuran serta produk lama dan baru yang telah ada di Indonesia sangat bisa didapatkan di Aciak Mart. Selain itu Aciak Mart mempermudah konsumen dengan cara meletakkan papan nama di masing-masing barang yang sesuai dengan jenis barang yang ditawarkan dan selalu menyediakan barang dagangan yang sangat lengkap dan banyak dicari oleh konsumen itu merupakan salah satu keunggulan yang terdapat dari Aciak Mart dibandingkan toko ritel lainnya.

Selanjutnya keputusan pembelian tidak hanya dilihat dari suasana toko dan kelengkapan produk saja tetapi faktor lokasi/tempat itu salah satu faktor yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu bisnis. dalam menentukan lokasi, perusahaan ritel perlu perhatikan lingkungan masyarakat, kedekatan konsumen, pemasok, kedekatan dengan transportasi umum dan penempatan lokasi yang strategis akan meraih keberhasilan dalam menjalankan usahanya (Jaya Permana, Widwi Handari Adji (2021). (Permana & Adji, 2021)

Salah satu faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu lokasi. Bagi konsumen tentunya akan memiliki lokasi yang mudah di akses. Hal ini dikarenakan banyaknya manfaat yang akan diterima konsumen seperti menghemat tenaga dan waktu. Lokasi merupakan komponen pada sebuah usaha untuk struktur fisiknya yang bisa dilihat oleh orang yang dilakukan oleh perusahaan untuk kegiatan operasional dan pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. keuntungan

jika terdapat pada lokasi yang strategis bukan hanya kepada penjual, tetapi juga akan dirasakan oleh konsumen. Mudahnya akses menuju sebuah lokasi akan menjadi satu pertimbangan bagi konsumen dalam membeli produk pada sebuah toko. Hal ini dilakukan oleh Aciak Mart yang memposisikan tokonya berdekatan dengan jalan raya dan Aciak Mart menyediakan lahan parkir sehingga konsumen yang datang tidak bingung memarkirkan kendaraannya ketika berkunjung ke Aciak Mart. Tempat parkir yang disediakan oleh Aciak Mart tidak terlalu luas, kondisi lingkungan di tempat parkir ini bersih dan tidak adanya pungutan biaya parkir atau bebas biaya parkir ketika konsumen melakukan transaksi pembelian di Aciak Mart yang membuat keunggulan tersendiri bagi Aciak Mart dibandingkan toko ritel lainnya.

Alasan Saudara/i memutuskan untuk membeli barang atau produk di Aciak Mart
30 jawaban



Sumber : data diolah 2023

Gambar 1. 2 Pra Survey yang dilakukan oleh peneliti

Pada penelitian ini, penulis telah melakukan sebuah Pra Survey dan hasilnya bahwa dari 30 masyarakat Kota Padang yang disurvei yang telah berbelanja di Aciak Mart tentang alasan mereka dalam memutuskan berbelanja di Aciak Mart. Sebanyak 23,3 % atau sekitar 7 orang pelanggan menyebutkan alasan bahwa

mereka memutuskan untuk berbelanja di Aciak Mart karena faktor Atmosfer toko dan lokasi yang dimana atmosfer toko bersih, dingin yang membuat nyaman pelanggan saat ingin berbelanja dan lokasi yang dituju sangat mudah di jangkau dan diakses , sebanyak 10% atau sekitar 3 orang pelanggan karena faktor kelengkapan produk yang dimana barang disediakan oleh Aciak Mart selalu ada ketika pelanggan membutuhkan barangnya, sekitar 3,3% atau 1 orang pelanggan karena faktor Atmosfer toko dan kelengkapan produk yang dimana atmosfer toko bersih, dingin yang membuat nyaman pelanggan saat ingin berbelanja dan barangnya lengkap , sebanyak 3,3% atau 1 orang pelanggan memutuskan untuk berbelanja di Aciak Mart dimana faktor kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pihak Aciak Mart yang baik, sebanyak 3,3 % atau 1 orang pelanggan yang memutuskan untuk berbelanja di Aciak Mart karena faktor harga yang terjangkau dan sebanyak 56,7 % atau 17 orang pelanggan memutuskan berbelanja di Aciak Mart karena faktor atmosfer toko, kelengkapan produk dan lokasi yang dimana atmosfer toko bersih, dingin yang membuat nyaman pelanggan saat ingin berbelanja, barang yang selalu dicari konsumen selalu ada di aciak mart dan lokasi yang dituju sangat mudah di jangkau.

Berdasarkan latar belakang serta fenomena yang saat ini sedang hangat diperbincangkan di dunia ritel dan juga hasil pra survey yang telah peneliti lakukan, Untuk itu pada penelitian ini penulis mengambil judul : **“Pengaruh Atmosfer Toko, Kelengkapan Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Aciak Mart Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Aciak Mart Kota Padang ?
2. Bagaimana Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Aciak Mart Kota Padang ?
3. Bagaimana Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Aciak Mart Kota Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Aciak Mart Kota Padang.
2. Mengetahui Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Aciak Mart Kota Padang.
3. Mengetahui Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Aciak Mart Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini, manfaat-manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini berguna, bermanfaat, dan menambah wawasan pembaca mengenai Atmosfer Toko, Kelengkapan Produk, Lokasi, dan Keputusan Pembelian. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai konsep Atmosfer Toko, Kelengkapan Produk, Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Aciak Mart Kota Padang.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan aktifitas pemasaran dengan lebih memperlihatkan konsep Atmosfer Toko, Kelengkapan Produk, Lokasi.
- b. Penelitian diharapkan dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen pada Aciak Mart Kota Padang.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan pada penelitian ini adalah pemahaman tentang pengaruh atmosfer toko, kelengkapan produk, lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Aciak Mart Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pada pendahuluan, berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Literatur

Pada bab ini akan membahas landasan teori yang digunakan sebagai acuan perbandingan untuk membahas masalah yang diangkat berdasarkan teori-teori yang ada, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel penelitian serta teknik analisis.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan deskripsi objek penelitian yang digunakan dan hasil pengolahan data yang telah diperoleh beserta interpretasinya.

BAB V : Penutup (Kesimpulan dan Saran)

Bab ini memuat tentang kesimpulan yang diperoleh berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, serta memuat tentang saran yang berguna bagi pihak-pihak yang bersangkutan dan penelitian selanjutnya.