

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sehat yang didefinisikan oleh Organisasi Kesehatan Sedunia (WHO,2011) adalah konsep sehat multidimensi (Travis J.W,2004), yaitu “...a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity”.

Gaya hidup sehat adalah suatu cara atau metode bertindak atau berperilaku yang diatur oleh standar kesehatan tertentu. Standar kesehatan ini meliputi makan dan minum, kerja (termasuk belajar) dan istirahat, olahraga atau latihan, hubungan sosial, keseimbangan emosi atau mental, spiritual, okupasional dan sesuai dengan norma-norma sosial budaya daerah atau nasional. Pembelajaran gaya hidup sehat dapat bersifat “mengubah” (*to change*) dari *bad* ke *good healthy life style*, “memelihara atau mempertahankan” (*to maintain*) *good healthy life style*, atau meningkatkan (*to promote*) *good healthy life style*, Atchley (2009).

Berbagai literatur kesehatan sebagian besar selalu meyarankan untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang segar dan alami. Makanan dan minuman yang baik berasal dari sumber yang segar dan alami yang memenuhi kebutuhan gizi tubuh, yang mengandung unsur-unsur seperti hidrat arang, protein, lemak, vitamin, mineral, air, dan zat-zat penting lainnya seperti serat, enzim, antioksidan Gunawan (1999).

Adanya gaya hidup masyarakat yang mulai bergeser menuju hidup yang lebih sehat merupakan peluang bagi suatu perusahaan dalam hal ini. Masyarakat kini mulai berpikir selektif dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang

mereka cari dari sebuah produk, bahkan terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas Wijaya (2013).

Susu merupakan salah satu jenis minuman yang menyehatkan untuk manusia yang juga mendukung untuk gaya hidup sehat karena kandungan gizinya yang lengkap susu menjadi sumber asupan pokok tidak hanya untuk balita dan anak-anak tapi juga bagi orang dewasa. Selain itu, susu juga menjadi makanan tambahan bagi anak-anak hingga orang dewasa untuk memenuhi pola makan empat sehat lima sempurna Komposisi susu terdiri dari 87% air, 5% karbohidrat (terutama laktosa), 4% lemak, dan 2,5% protein berupa kasein dan laktal bumin, Utami (2009).

Susu hewan yang umum dikonsumsi masyarakat pada saat ini ialah susu sapi, susu kambing, dan susu kuda. Namun, istilah susu dalam menu sehari-hari biasanya lebih ditujukan kepada susu sapi. Seiring dengan perkembangan teknologi pangan, kini di pasaran banyak ditemukan berbagai produk olahan susu seperti susu segar, susu bubuk, susu skim, susu asam atau yoghurt, susu kental manis, dan susu kental tidak manis. Namun, pada umumnya susu siap minum lebih diminati oleh konsumen karena lebih praktis, mudah dibawa/disimpan kedalam saku dan bisa diminum kapanpun Utami (2009)

Kemasan susu siap minum dapat berupa kemasan plastik, kemasan kotak aluminium foil, dan kemasan kaleng ini biasanya bisa bertahan dalam jangka waktu yang lama, tetapi dengan berkembangnya pemahaman masyarakat tentang kesehatan dalam mengonsumsi minuman yang segar dimana tidak ada bahan pengawet membuat bisnis susu segar sangat berkembang pesat , Cindy(2013).

Bisnis susu saat ini sangat menguntungkan karena protein hewani merupakan salah satu komponen zat gizi penting yang dibutuhkan oleh manusia. Protein hewani berasal dari produk

peternakan, salah satunya adalah produk susu. Produk susu merupakan bahan tambahan pangan produk peternakan yang mengandung zat gizi lengkap yang baik untuk kesehatan tubuh. Susu merupakan produk bersifat *general* yang banyak disukai masyarakat dari semua jenis kelamin dan usia karena selain mempunyai rasa yang sehat, Utami (2009).

Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih suatu tempat. Salah satu faktor yang diharapkan oleh konsumen adalah faktor kenyamanan, dimana konsumen dapat merasakan suasana yang tenang, santai dan nyaman saat berkunjung ke suatu tempat. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi sebuah rumah susu untuk mempertimbangkan *atmosphere* rumah susu tersebut sehingga tercipta suatu suasana yang nyaman dan dapat mengungguli rumah susu lainnya yang sejenis. Kenyamanan tempat pengelolaan susu di rumah susu dapat diciptakan melalui proses pengelolaan, pintu masuk, tata ruangan, fasilitas, suhu udara, kebersihan ruangan dan cahaya, penampilan dari rumah susu itu sendiri, Cindy (2013).

Store atmosphere merupakan salah satu aspek penting untuk menarik perhatian dan memutuskan membeli pada sebuah cafe dan mendorong keinginan untuk membeli melalui daya tarik penglihatan langsung. Agar konsumen atau pelanggan merasa betah, maka diperlukan *atmosphere* atau suasana yang menarik dengan menciptakan daya tarik penataan ruang dan penempatan produk pada sebuah cafe, sehingga timbul konsumen untuk membeli barang tersebut, lili (2013).

Seperti objek yang penulis teliti yaitu Rumah Susu Segar dan Olah Padang Panjang yang memberikan sentuhan *store atmosphere* yang sangat menarik mulai dari desain dan pilihan bangunan yang sangat unik. Rumah susu memberikan pengalaman baru untuk para konsumen menikmati produk susu segar dengan sensasi yang berbeda karena *store atmosphere* yang disajikan oleh Rumah Susu Segar dan Olah Padang Panjang

Selain *store atmosphere* ada faktor lain yang akan mendukung dalam penjualan sebuah produk yaitu kualitas produk, dimana kualitas produk yang baik tentunya harus dikaitkan dengan pengelolaan yang baik dari segi pemasaran, operasional dan keuangan. Pada tahap memasuki pasar, strategi pemasaran akan fokus mengedukasi target konsumen mengenai kelebihan yang dimiliki produk. Bentuk edukasi pasar tentunya dilakukan dengan konsep yang berbeda dari yang lain pada umumnya, Wahyu (2016).

Konsumen memilih suatu produk dapat di kategorikan karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah, karena ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dari pembelian produk tersebut atau karena ingin di anggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk tersebut dan ingin di anggap loyal.

Pada dasarnya keputusan membeli suatu produk oleh konsumen dipengaruhi banyak faktor antara lain mutu dari produk, harga yang ditawarkan, selera, gaya hidup serta jangkauan promosi yang dilakukan perusahaan. Didorong oleh kebutuhan dalam diri seseorang dan keinginan terpengaruh jika konsumen menunjukkan rasa senang yang pada akhirnya mengarah pada loyalitas. Pelanggan yang loyal lebih bernilai dari pada pelanggan yang hanya sekedar puas, karena pelanggan yang loyal akan selalu menggunakan produk tersebut dan hal itu merupakan sumber pendapatan perusahaan, Wahyu (2016).

Kualitas Produk susu yang ada pada Rumah Susu segar dan Olahan Padang Panjang sangat terjaga, peneliti telah melakukan kunjungan dan merasakan kualitas produk susu yang disediakan. Lokasi yang sangat berdekatan antara tempat pemasaran dengan sumber susu menjadikan kualitas susu sangat baik, tidak butuh lama bagi produsen untuk mengambil susu dari sumber susu berasal, ini salah satu bukti bahwa kualitas susu sangat terjaga

Saat ini di dunia usaha baik perusahaan perseorangan atau perseroan baik berasal dari dalam dan luar negeri di Indonesia mempunyai persaingan yang sangat ketat untuk menarik perhatian para konsumen. Produk susu banyak mengandung protein hewani, baik susu segar maupun olahan, oleh karena itu setiap perusahaan harus mempunyai cara dan senjata jitu untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan pesaing lainnya.

Dalam hal ini bisnis susu terus berkembang di kota-kota besar di Indonesia termasuk di provinsi Sumatera Barat salah satu di kota padang panjang. Padang panjang dikenal sebagai kota sehat dan subur. Hal tersebut juga mendorong terus muncul dan berkembangnya rumah susu di kota itu atau lebih dikenal dengan rumah susu segar dan olahan study kasus di padang panjang yang merupakan usaha yang bergerak di bidang ritel.

Pada rumah susu berdasarkan survei juga dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada beberapa responden mengenai apakah *store atmosphere* yang meliputi pintu masuk, luas tempat parkir, kondisi ruangan, suara musik, karyawan, tanda petunjuk, dan penataan ruangan pada rumah susu segar dan olahan di padang panjang belum maksimal dengan tempatnya terlalu jauh, kondisi ruangan dan juga kualitas pada rasa susunya hal ini dikarenakan tempatnya terlalu dingin.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana kualitas produk dan *store atmosfer* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Rumah Susu Segar Dan Olahan Study Kasus Di Padang Panjang. Maka judul dari penelitian ini adalah **Pengaruh Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Susu Segar dan Olahan Padang Panjang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Susu Segar dan Olahan Padang Panjang?
2. Bagaimana Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Susu Segar dan Olahan Padang Panjang?
3. Apakah secara simultan Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Susu Segar Dan Olahan Padang Panjang?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Susu Segar dan Olahan Padang Panjang.
2. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Susu Segar dan Olahan Padang Panjang.
3. Untuk mengetahui apakah secara simultan Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Susu Segar dan Olahan Padang Panjang.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan : memberikan cara pengambilan keputusan, seberapa besar pengaruh kualitas produk dan store atmosfer terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi Akademik ; tambahan informasi atau referensi untuk penelitian yang akan datang.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat yang berkunjung Pada Rumah Susu dan Yogurt Padang Panjang. Dalam penelitian ini akan dianalisis mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pada Rumah Susu dan Yogurt Padang Panjang.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran utuh secara menyeluruh mengenai penulisan ini maka penulisan disusun sebagai berikut :

Bab I : PENDAHULUAN

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

Bab II : LANDASAN TEORI

Bab ini diuraikan tentang landasan teori dan hipotesa.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian masalah tersebut.

Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan tentang hasil analisa dan pembahasan.

Bab V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir atau penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang ada hubungannya dengan analisa yang terdapat dalam bab-bab sebelumnya.

