

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan usaha sektor jasa di Indonesia berlangsung sangat cepat, meskipun sekarang ini perekonomian Indonesia mengalami masa yang cukup sulit. Seiring dengan meningkatnya usaha-usaha dibidang jasa menyebabkan terjadi persaingan dibidang jasa. Jika perusahaan jasa 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.

Seiring dengan waktu, perekonomian Indonesia terbukti berangsur-angsur membaik diikuti dengan meningkatnya pendapatan perkapita penduduk. Dengan meningkatnya taraf hidup, maka kesejahteraan dan daya beli mereka pun turut meningkat sehingga akan berpengaruh terhadap permintaan berbagai macam produk dan jasa pelayanan. Jasa merupakan suatu sistem bisnis yang dinilai sesuatu sistem yang terdiri dari operasi jasa dan penyampaian jasa (Love lock dan Weight 2002).

Payakumbuh merupakan salah satu kota yang maju di provinsi Sumatra Barat. 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 di dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus-menerus berinovasi dalam narik konsumen dan mempertahankan para pelanggannya.

Bisnis makanan atau saat sekarang lebih dikenal dengan “kuliner” merupakan salah satu bisnis yang marak dan menarik dikota Payakumbuh. Prospek yang cukup pesat di bisnis

kuliner menyebabkan semakin berkembang dan bertambahnya pesaing-pesaing baru. Ditengah ketatnya persaingan dan konsumen yang semakin selektif menyebabkan setiap organisasi berlomba-lomba untuk menarik konsumen dengan mengamati pasar dan mendefinisikan kebutuhan konsumen. Sampai saat ini pun bisnis cafe masih digemari seiring dengan perubahan selera dan gaya hidup masyarakat khususnya dikota Payakumbuh.

Harga, kualitas dan pelayanan tidak lagi menjadi bahan pertimbangan utama bagi para penikmat kuliner, saat ini *atmosphere* (suasana) menjadi faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap. Suasana yang nyaman dan *homey* menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi cafe tertentu. Bahkan tidak sedikit konsumen yang lebih memilih makan di sebuah cafe dari pada makan di rumah dengan alasan menyukai *atmosphere* (suasana) pada cafe yang bersangkutan.

Kotler (1973) mengatakan identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas dari *atmospherenya*. Meskipun sebuah *atmosphere* toko tidak secara langsung mengkomunikasikan kualitas produk dibandingkan dengan iklan, *atmosphere* toko merupakan komunikasi secara diam-diam yang dapat menunjukkan kelas sosial dari produk-produk yang ada didalamnya. Sehingga menurut Kotler (1973), hal ini dapat dijadikan sebagai alat untuk membujuk konsumen menggunakan jasa atau membeli barang yang dijual di toko tersebut.

Untuk dapat menciptakan *atmosphere* yang menyenangkan, maka perlu diciptakan *store atmosphere* yang baik. Menurut Shari Waters “*The physical characteristics and surrounding influence of a retail store that is used to create an image in order to attract customers, Examples: We have used lighting and trendy fixtures to create a hip atmosphere for our young customers*”. Shari Waters menyatakan bahwa karakteristik fisik dan pengaruh

yang mengelilingi suatu bisnis ritel lah yang dapat menimbulkan citra dalam usaha untuk menarik konsumen, contohnya kita harus menciptakan pencahayaan dan penataan yang menarik untuk menciptakan suasana yang pas untuk pengunjung toko kita. (www.about;retail)

Cak Wang Cafe adalah salah satu cafe dikota Payakumbuh yang menggunakan *store atmosphere* sebagai alat komunikasinya dengan para konsumennya. Cak Wang Cafe berdiri pada tanggal 11 Desember 2014 dikota Payakumbuh dan merupakan cabang ke7 dari beberapa cabangnya yang terletak dipulau Jawa. Cak wang cafe terletak dijalan Soekarno Hatta kota Payakumbuh.

Atmosphere Cak Wang Cafe Payakumbuh terbilang cukup baik di bandingkan dengan cafe lainnya. Hal ini terbukti dengan rancangan *interior* cafe yang unik membuatnya dapat berkomunikasi dengan konsumennya. Seperti bagian depan Cafe yang unik dihiasi dengan deretan payung di bagian atas gerbang cafe sehingga terlihat dari luar jalan warna dari paduan payung yang menarik dan bagian dalam cafe yang didesain unik seperti dinding yang di hiasi dengan bambu yang dideretkan dan dipernis dengan sedemikian rupa sehingga menimbulkan kesan yang elegan. Selain itu hiasan dinding dan tata letak meja yang unik yang membuat konsumen tertarik dan mengunjungi Cak Wang Cafe Payakumbuh untuk bersantai.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti menjadikan Cak Wang Cafe sebagai objek dengan judul "Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cak Wang Cafe Payakumbuh" Hal ini bertujuan untuk mendapatkan bukti-bukti empiris.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *general interior* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cak Wang Cafe Payakumbuh ?

2. Bagaimana pengaruh *store layout* terhadap keputusan pembelian konsumen Cak Wang Cafe Payakumbuh?
3. Bagaimana pengaruh *interior display* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cak Wang Cafe Payakumbuh?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *general interior* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cak Wang Cafe Payakumbuh.
2. Untuk mengetahui pengaruh *store layout* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cak Wang Cafe Payakumbuh.
3. Untuk mengetahui pengaruh *interior display* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cak Wang 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 keputusan pembelian konsumen serta juga dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi Cak Wang Cafe Payakumbuh dalam upaya penciptaan *store atmosphere* sebagai alat komunikasi untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.