# BAB I

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Persaingan yang sangat ketat menuntut para pengusaha untuk dapat menentukan yang tepat dalam berkompetisi, yaitu dalam melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen yang selalu bervariasi. Ada berbagai macam bisnis yang bisa menjadi peluang usaha, salah satunya adalah bisnis Angkrigan Tiga Tjeret Cafe . Saat ini sudah semakin banyak produsen angkringan modernyang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut membuat pengusaha Angkringan modern harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran. Pengusaha tersebut harus berupaya untuk mendapatkan perhatian serta ketertarikan khalayak ramai (dalam hal ini calon konsumen), karena mereka bersaing dengan perusahaan yang memiliki produk serupa. Maka dari itu setiap pengusaha dengan jenis produk serupa harus memikirkan cara untuk memenangkan pasar. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda.

Angkringan modern adalah suatu tempat bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua pelanggannya untuk makan maupun minum. Selain bertujuan bisnis atau mencari untung, Angkringan modern juga berusaha membuat puas para tamu dan hal ini merupakan tujuan operasi Angkringan modern yang utama (Tarigan dan Guntur, 2013).

Perkembangan Angkringan modern sekarang ini di Indonesia khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Medan dan Surakarta (Solo) semakin berkembang dengan pesat. Banyak Angkringan modern dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk memikat pelanggan baik dari kalangan muda maupun kalangan orang tua, dari segi ekonomi yang sedang sampai orang kaya. Angkringan modern yang ingin berhasil menembus persaingan disamping menu yang ditawarkan mereka juga di tuntut harus sekreatif mungkin untuk mengkonsep Angkringan modern itu sendiri. Saat ini penilaian publik terhadap sebuah Angkringan modern tidak hanya ditentukan oleh cita rasa yang ada pada makanan di Angkringan modern itu sendiri, tetapi juga memperhatikan konsep yang unik dari Angkringan modern tersebut.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Peneliti menggunakan variabel keputusan pembelian ini karena studi tentang keputusan pembelian masih layak untuk diteliti mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli (Yulindo 2013).

Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Dalam melakukan keputusan pembelian biasanya hal pertama yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk adalah dengan melihat varian produk. Inilah mengapa peneliti menggunakan varian produk sebagai salah satu variabel dalam penelitian ini. varian produk memiliki peran yang sangat penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam sebuah produk pasti terdapat unsur-unsur varian produk yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu kualitas produk dan harga, Hal tersebut menjadi bahan pertimbangan paling utama bagi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian pada suatu produk.

*Store atmosphere* bisa menjadi alternatif untuk membedakan Angkringan modern yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan diperlukan karena dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama. *Store atmosphere* bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Levy dan Weizt “*Customer purchasing behavior is also influenced by the store atmosphere*” (Levy dan Weitzn, 2010). Dalam keputusan pembelian, konsumen tidak hanya memberi respon terhadap barang dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan pembelian yang menyenangkan bagi konsumen. Hal ini membuat konsumen tersebut memilih Angkringan modern yang disukai dan melakukan pembelian.

Dalam menciptakan *atmosphere* yang menyenangkan, maka perlu diciptakan *store atmosphere* yang baik. Shary Waters (2011) menyatakan bahwa karakteristik fisik dan pengaruh yang mengelilingi suatu bisnis ritel yang dapat menimbulkan citra dalam suatu usaha untuk menarik konsumen, misalnya perusahaan yang harus menciptakan pencahayaan dan penataan yang menarik untuk menarik minat pelanggan untuk berkunjung*. Store atmosphere* tidak juga hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang di jual. Selain itu juga, *store atmosphere* akan menentukan citra perusahaan itu sendiri. Citra perusahaan yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk mampu bertahan dalam dunia persaingan dalam bentuk pelanggan yang loyal.

Levy dan Weitz (2010) “*Atmospherics refer to design of an environment through visual communications, lighting, colors, music, and scent that stimulate costumers perceptual and emotional responses and ultimately affect their purchase behavior*” yang artinya “Suasana yang mengacu pada desain dari lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma yang merangsang pelanggan secara perseptual dan emosional serta pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka”. Dapat diasumsikan bahwa penilaian atau tanggapan konsumen terhadap *store atmosphere* akan mempengaruhi pembelian konsumen. Salah satu yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian adalah *store atmosphere* yang menarik. Menurut Mowen dan Minor *store atmosphere* mempengaruhi keadaan emosional pembelanja, yang kemudian mendorong untuk meningkatkan atau mengurangi belanja. Dampak dari *store atmosphere* bisa menciptakan kesan yang membuat pembeli akan meningkatkan pembeliannya atau hanya membeli secukupnya dan kemungkinan tidak berniat kembali lagi untuk membeli di tempat tersebut.

Faktor lain yang diduga memengaruhi kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah gaya hidup. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup sangat berhubungan dengan perkembangan zaman saat ini. Seperti pada konsumen yang berkunjung ke Angkringan modern tersebut yang peduli dengan gaya dan selalu mengikuti perkembangan zaman. Para konsumen selalu berkunjung ke Angkringan modern agar bisa mengikuti perkembangan zaman sekarang, baik dari kalangan berada maupun kalangan yang tidak berada yang ingin menunjukkan gayahidup mereka. Sehingga pada dasarnya gaya hidup merupakan bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup apabila digunakan pemasar dengan tepat maka dapat membantu untuk memahami perubahan-perubahan yang terjadi pada kosnumen dan bagaimana perubahan tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Keterlibatan yang tinggi dari konsumen dalam hal pembelian akan dipengaruhi oleh tingginya hubungan antara kepercayaan terhadap Angkrigan Tiga Tjeret Cafe . Apabila konsumen memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap suatu Angkringan modern maka ia akan sangat terlibat dan sangat selektif dalam keputusan pembeliannya.

*Store Atmosphere*, Gaya Hidup dan Varian Produk diduga dapat mempengaruhi kepuasan bagi konsumen. Karena telah terjadi perubahan gaya hidup dalam memilih suatu Angkringan modern untuk aktivitasnya sehari-hari. Konsumen cenderung memilih Angkringan modern yang berkualitas bagus, nyaman, dan mempunyai varian produk yang beragam serta harga yang terjangkau. Angkringan modern memiliki kriteria tersebut yang membuat para konsumen tertarik untuk memilih Angkringan modern tersebut, apalagi pada kalangan mahasiswa/i. Akan tetapi, peminat Angkringan modern ini semakin menurun, banyak faktor yang menunjang penurunan tersebut antara lain tidak sesuai dengan keinginan konsumen dan tidak dapat mempertahankan kualitas Angkrigan Tiga Tjeret Cafe nya.

Subyek dari penelitian ini adalah konsumen di Angkringan modern. Angkringan Tiga Tjeret Café adalah salah satu Angkringan modern di kota Surakarta yang memiliki konsep yang cukup unik, Angkringan Tiga Tjeret Cafe ini menarik untuk diteliti karena memiliki konsep yang cukup dengan mengusung konsep view indoor dan outdoor*.* Diantaranya konsep resto, taman, Selain itu juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti *park, smoking area, tv cable, nonton bareng,* dan *free hotspot* sehingga menjadikan tempat ini selalu dipadati pengunjung pada setiap harinya.

Angkringan Tiga Tjeret Cafe berdiri sejak dari tahun 2012, Angkringan Tiga Tjeret Cafe berdiri sudah hampir 10 tahun lamanya. Banyaknya Angkringan modern yang hadir di Surakarta, Jawa Tengah membuat persaingan di bidang bisnis tersebut semakin ketat, karena disebabkan oleh banyaknya ragam varian menu dengan variasi bentuk serta rasa, tekstur dan suasana yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan. Kualitas dari suatu Angkrigan Tiga Tjeret Cafe menjadi alasan utama para konsumen memilih Angkringan Tiga Tjeret Cafe menjadi salah satu tempat angkringan di kalangan anak muda. Angkringan Tiga Tjeret Cafe memiliki kelebihan dalam menciptakan s*tore atmosphere* yang cukup memikat kalangan anak muda, sehingga banyak konsumen yang lebih memilih Angkringan modern ini untuk dikonsumsi oleh mereka. Hal ini menjadi nilai tambah bagi perusahaan yang mengakibatkan peningkatan penjualan dan hingga tercapainya target penjualan.

Dalam beberapa bulan terakhir Angkringan Tiga Tjeret Cafe mengalami penurunan pengunjung, sehingga membuat penulis tertarik untuk meneliti di Angkringan modern tersebut. Beberapa responden juga menyatakan bahwa Angkringan Tiga Tjeret Cafekurang memiliki keunggulan dari pada Angkringan modern lain, ini mengakibatkan penjualan di Angkringan Tiga Tjeret Cafe mengalami beberapa peningkatan perbulannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“ANALISIS *STORE******ATMOSPHERE*, GAYA HIDUP DAN VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ANGKRINGAN TIGA TJERET CAFE SURAKARTA”**

## Perumusan Masalah

Berdasarkan ruang lingkup permasalahan yang ada, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

* 1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan faktor *store atmosphere*, gaya hidup dan varian produk terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Tiga Tjeret Cafe Surakarta?
  2. Apakah terdapat pengaruh antara faktor *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Tiga Tjeret Cafe Surakarta?
  3. Apakah terdapat pengaruh antara varian produk terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Tiga Tjeret Cafe Surakarta?
  4. Apakah terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Tiga Tjeret Cafe Surakarta?

## Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas dikemukakan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan faktor *store atmosphere*, gaya hidup dan varian produk terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Tiga Tjeret Cafe Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara faktor *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Tiga Tjeret Cafe Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara varian produk terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Tiga Tjeret Cafe Surakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Tiga Tjeret Cafe Surakarta.

## Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis.

Penelitian ini bermanfaat sebagai program tindak lanjut untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, gaya hidup dan varian produk terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Tiga Tjeret Cafe Surakarta.

1. Manfaat praktis.
   * 1. Bagi penulis, penelitian ini adalah salah satu syarat kelulusan dan menjadi penerapan materi tentang pengaruh *store atmosphere*, gaya hidup dan varian produk terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Tiga Tjeret Cafe Surakarta.
     2. Bagi akademis, diharapkan dengan penelitian ini dapat menambah wawasan para pembaca dan dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian dimasa mendatang.