

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pasar yang senantiasa berubah secara dinamis dari waktu ke waktu terutama dalam era globalisasi seperti sekarang ini, menuntut para pengelola distro untuk dapat meningkatkan pelayanan dan mengembangkan profesionalisme mereka diberbagai bidang serta senantiasa mengembangkan ide-ide baru dan inovasi yang kreatif. Perkembangan pemasaran yang aktif dan lebih *consumer oriented* membawa distro pada kemutlakan untuk mendefinisikan kebutuhan konsumen dari sudut pandang pengelola distro. Bagi pengusaha retail, selain laba yang menjadi perhatian perusahaan, konsumen merupakan faktor yang tidak kalah penting. Mempertahankan konsumen merupakan kunci dari kesinambungan kinerja dari sebuah perusahaan eceran untuk mempertahankan konsumen dan perusahaan eceran harus mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya.

Hal ini berlaku juga bagi perkembangan bisnis eceran modern Indonesia, yang tumbuh dan berkembang disebabkan oleh perubahan gaya hidup masyarakat baik dikota maupun di desa. Pola berbelanja masyarakat di pasar tradisional mulai berubah dimana kini masyarakat lebih menyenangi konsep pasar yang lebih modern. Sebagai salah satu alternatif tempat untuk berbelanja. Konsep *One Stop Shopping*”, yang banyak memberikan kenyamanan dalam berbelanja.

Untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan barang dan jasa, maka dewasa ini usaha eceran atau retailing merupakan salah satu bidang usaha yang banyak didirikan. Pergerakan dunia usaha yang dinamis, mengakibatkan persaingan di sektor usaha *Full-Service Retail* semakin ketat, terbukti dengan semakin banyaknya distro-distro yang bermunculan di kota Purwakarta, misalnya: Mars Clothing, Reka Shop, Viking Fans Shop, Warning Clothing, Blackrose distro, Black Angel distro, dan Saqina distro.

Perkembangan dunia fashion dewasa ini berkembang dengan pesat. Hal ini terlihat dengan menjamurnya toko-toko fashion di berbagai kota di Indonesia, tidak terkecuali di Purwakarta. Toko-toko fashion yang berkembang saat ini lebih dikenal dengan nama Distro, distro itu sendiri merupakan toko yang menjual berbagai macam barang fashion *hand made* yang pangsa pasarnya ditujukan untuk anak muda dengan range umur 15-35 tahun. Karena barang-barang yang dipasarkan oleh distro adalah *hand made* dan tidak diproduksi secara massal yang menjadikan barang-barang tersebut terlihat eksklusif, jadi semua barang yang ada merupakan *limited edition*, inilah yang menjadi unggulan distro di banding produk-produk ditoko fashion yang lain.

Dilihat dari sudut pandang konsumen hadirnya distro yang menjual berbagai macam barang *fashion* yang ditunjang dengan suasana toko yang bersih, teratur dan nyaman menjadi daya tarik untuk berbelanja.

Konsumen juga dihadapkan pada banyaknya pilihan tempat untuk melakukan pembelian dengan maraknya distro di Purwakarta. Pilihan konsumen akan jatuh pada distro yang mampu menawarkan manfaat-manfaat kepada

konsumen seperti harga terjangkau, lokasi mudah dicapai, suasana di dalam distro tersebut, dan lain-lain.

Salah satu distro yang memberikan pelayanan, suasana dan banyaknya variasi barang yang disediakan adalah Mars Clothing. Mars Clothing adalah salah satu distro di Purwakarta yang menyediakan berbagai barang fashion anak muda masa kini dari berbagai merek distro yang ada. Yang ditawarkan oleh Mars Clothing banyak jenis, dari mulai sandal, sepatu, celana jeans panjang dan pendek, kemeja, t-shirt, topi, jacket, dan dompet, serta masih banyak produk-produk lain yang ditawarkan.

Mars Clothing dituntut untuk mengembangkan bauran ecerannya (*Retailing Mix*) yang terdiri dari pemilihan produk, penetapan harga, penetapan lokasi, suasana toko, periklanan dan pelayanan yang diberikan sehingga menjadi usaha pemasaran yang inovatif yang mampu menarik dan memuaskan konsumen. Namun, persaingan melalui kelengkapan produk, kejangkauan harga, kemudahan konsumen untuk mencapai lokasi sudah tidak dapat terlalu diandalkan karena produk yang dijual pada setiap distro relatif sama, bahkan lokasinya pun saling berdekatan.

Dalam kondisi seperti ini salah satu cara yang memegang peranan penting dan perlu dikembangkan pelaksanaannya untuk menarik minat konsumen adalah melalui penciptaan suasana lingkungan distro itu sendiri. Dengan menciptakan suasana lingkungan distro yang baik, pihak pengelola distro dapat memberikan manfaat yang lebih pada diri konsumen yang membantu distro itu sendiri untuk mempengaruhi proses pembelian konsumen.

Namun dalam aspek suasana lingkungan pasar yang dilakukan dengan hasil pra-survey melalui observasi dan wawancara dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen distro banyak mengharapkan kenyamanan yang lebih akan distro yang ada di Purwakarta. Selain itu, konsumen menginginkan tempat yang mudah dijangkau, dan konsumen juga mengeluh akan fasilitas yang ditawarkan oleh distro-distro yang ada. Pendapat konsumen diatas dapat dijadikan masukan dan acuan untuk pengelola distro untuk meningkatkan kualitas sarana dan prasarana yang tentunya akan meningkatkan penjualan bagi distro itu sendiri.

Menurut Kotler ketika seseorang konsumen masuk toko mereka tidak akan hanya memberikan penilaian terhadap produk dan harga yang ditawarkan oleh retailer, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan pembelian yang diciptakan oleh pengecer seperti melalui display yang baik, disain bangunan yang menarik, temperatur, alunan musik, kebersihan toko, tempat parkir, tidak hanya memberikan nilai tambah bagi produk yang dijual, tetapi juga menciptakan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan bagi konsumen, sehingga konsumen tersebut melakukan pembelian yang disukai dan pada akhirnya akan meningkatkan keputusan pembeliannya.

Dengan memperhatikan masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai suasana toko yang dilakukan oleh pemilik disto Mars Clothing. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap suasana toko yang dilakukan oleh pihak distro Mars Clothing, serta bagaimana pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada distro Mars Clothing.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap *Store Atmosphere* pada Distro Mars Clothing.
2. Seberapa besar pengaruh pelaksanaan *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian ulang pada Distro Mars Clothing.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Bagaimana store atmosphere di Distro Mars Clothing
2. Seberapa besar pengaruh pelaksanaan *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian ulang pada Distro Mars Clothing.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, adalah :

1. Bagi Penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca, khususnya mengenai bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* (Suasana Toko) terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi Praktisi, sebagai informasi ataupun masukan yang sekiranya dapat membantu pihak pengelola disto dalam mengambil atau mempertimbangkan keputusan yang berhubungan dengan *Store*

Atmosphere (Suasana Toko) yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

3. Bagi Umum (Pembaca), khususnya kalangan akademis, peneliti ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan atau referensi dalam melakukan penelitian yang lebih mendalam.