

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini Kota Bandung merupakan salah satu kota yang cukup berkembang perekonomiannya di Indonesia. Sebagai kota yang terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian dalam bidang kuliner pun berkembang dengan pesat. Hal ini menjadikan Kota Bandung kaya akan beragam jenis kuliner dan membuat Kota Bandung mendapat julukan kota kuliner, sehingga mendorong terciptanya persaingan ketat di dalam dunia bisnis kuliner.

Kota Bandung merupakan tujuan wisata masyarakat luas karena menawarkan berbagai macam pilihan hiburan wisata untuk semua kalangan. Mulai dari wisata sejarah, wisata alam, wisata belanja, hingga wisata kuliner ditawarkan di kota ini. Wisata kuliner di Kota Bandung merupakan salah satu jenis wisata yang paling menarik dan diminati oleh masyarakat luas.

Dengan berkembangnya bisnis kuliner di Kota Bandung, banyak para pelaku bisnis untuk membuka wisata kuliner yang menarik. Hal ini menimbulkan banyaknya persaingan antara pelaku bisnis satu dengan pelaku bisnis yang lain. Dengan begitu suatu pelaku bisnis harus bisa mempromosikan produknya dengan lebih unik dan lebih inovatif untuk dapat bertahan dalam persaingan.

Bisnis yang semakin berkembang di Kota Bandung, mendorong para pelaku bisnis untuk terus berimprovisasi dan berinovasi untuk menarik minat pelanggan dan mempertahankan para pelanggannya. Pemasaran aktif yang lebih berorientasi pada pelanggan lebih banyak digunakan oleh para pelaku bisnis,

sehingga dapat memberikan daya tarik yang mampu mengundang konsumen untuk terus berbelanja dan memberikan kesan yang menarik.

Hal ini sangat dibutuhkan bagi perkembangan bisnis kuliner karena bisnis kuliner di kota Bandung cukup berkembang dengan sangat baik. Masyarakat lebih memilih untuk bertemu di restoran atau *cafe* untuk bercengkerama bersama teman, keluarga dan rekan bisnis. Restoran atau *cafe* juga bisa dijadikan sebagai tempat untuk bersantai dan untuk mengisi waktu luang. *Store atmosphere* restoran atau *cafe* yang bagus dapat memberikan rasa nyaman kepada konsumen dan dapat menarik minat konsumen untuk terus - menerus mengkonsumsi, sehingga dapat meningkatkan profit restoran atau *cafe* tersebut.

Store atmosphere adalah suatu suasana, perasaan, rancangan visual dan bau yang sengaja dibuat oleh orang-orang yang cukup kreatif untuk menciptakan dorongan terhadap konsumen agar terjadi munculnya minat beli terhadap produk yang ditawarkan (Kotler, 2000).

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi *store atmosphere* yaitu karyawan, suara, perlengkapan tetap, barang dagangan, aroma dan faktor visual (Lamb, Hair, & McDaniel, 2001).

Store atmosphere itu sendiri memiliki dampak yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Minat beli merupakan suatu dorongan atau keinginan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian dengan tujuan memenuhi kebutuhannya. Hal yang menimbulkan minat beli konsumen yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternative (Schiffman dan Kanuk, 2004).

Salah satu *cafe* yang memiliki *store atmosphere* atau suasana yang nyaman dan menarik yaitu Noah's Barn Coffeenery Bandung. Noah's Barn Coffeenery terletak di jalan Dayang Sumbi No.2, Dago, Bandung, merupakan *cafe* yang berada di sekitar kawasan *factory outlet* dan kawasan wisata kuliner. *Store atmosphere* yang dimiliki Noah's Barn Coffeenery memiliki suasana yang cukup nyaman dan menarik contoh seperti sirkulasi udara yang baik, dekorasi yang cukup unik, penataan tata letak meja, kursi dan peralatan di dalam Noah's Barn Coffeenery cukup rapih, pencahayaan yang diberikan cukup membuat mata nyaman. Dengan penataan *store atmosphere* yang diciptakan Noah's Barn Coffeenery dapat membuat minat beli konsumen timbul saat memasukinya. Maka penulis tertarik untuk menganalisis **Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Noah's Barn Coffeenery Dago di Kota Bandung.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah yang dapat diambil adalah Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Noah's Barn Coffeenery Dago di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat dirumuskan tujuan penelitian adalah Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada Noah's Barn Coffeenery Dago di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi:

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi Noah's Barn Coffeenerymengenai sejauh mana pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen Sehingga Noah's Barn Coffeneery dapat merancang dan menambahkan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di masa akan datang.

2. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi secara ilmiah sehingga memperluas wawasan mengenai pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran untuk peneliti selanjutnya dalam bidang manajemen pemasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat dibagai sebagai acuan untuk riset-riset mendatang.