

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada umumnya, pembeli merupakan pihak yang memiliki kehendak bebas untuk memilih penjual mana yang akan dijadikan sebagai pasangan untuk transaksinya. Pembelian memiliki dua jenis, yaitu pembelian terencana dan tak terencana. Pembelian terencana adalah perilaku pembelian di mana keputusan pembelian sudah dipertimbangkan sebelum masuk ke dalam gerai, sedangkan pembelian tak terencana adalah perilaku pembelian tanpa ada pertimbangan sebelumnya.

Selain itu, pembelian juga memiliki sangat banyak faktor yang dapat mempengaruhinya. Banyaknya faktor yang mempengaruhi pembelian tersebut, menuntut perkembangan ilmu dan teknologi untuk menjadi lebih pesat dan teori terhadap pembelian pun semakin lengkap dan signifikan.

Telah terdapat berbagai macam penelitian yang membahas proses transaksi tersebut. Salah satu hal yang dapat diteliti yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*). Pembelian impulsif telah menjadi fenomena yang cukup besar di kalangan masyarakat. Perilaku pembelian ini menjadi sorotan mata bagi para peneliti – peneliti ekonomi dalam sekejap.

Pembelian impulsif (*impulsive buying*) adalah perilaku berbelanja yang terjadi secara tidak terencana, tertarik secara emosional, di mana proses pembuatan keputusan dilakukan dengan cepat tanpa berpikir secara bijak dan pertimbangan terhadap keseluruhan informasi dan alternatif yang ada. (Bayley dan Nancarrow, 1998)

Christina (2010:69) menjelaskan bahwa salah satu penyebab terjadinya pembelian impulsif adalah pengaruh stimulus dari tempat belanja tersebut. Tentunya tempat berbelanja memiliki berbagai macam jenis. Salah satu tempat berbelanja yang mudah dijumpai yaitu gerai.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata 'gerai' memiliki tiga arti atau pengertian. Yang pertama, 'gerai' menggambarkan sesuatu yang terurai seperti rambut. Yang kedua, 'gerai' artinya menggali (*to dig, excavate*). Namun kata ini jarang sekali dipakai atau digunakan untuk menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan penggalian. Beberapa tahun terakhir kata 'gerai' makin sering digunakan di media-media resmi atau formal dalam konteks arti yang ketiga. Arti 'gerai' yang ketiga adalah tempat duduk pengantin (pelaminan), balai-balai untuk tidur-tiduran, kedai(warung) kecil atau meja tempat menjual barang (*outlet, counter*).

Ketika seseorang mencari sebuah produk, maka dia akan mendatangi gerai tersebut. Tentu pembeli tersebut akan melihat, merasakan, dan mencium atmosfer dari pada gerai tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa atmosfer daripada gerai tersebut akan berpengaruh pada faktor pembelian.

Selain hal-hal tersebut, pembeli juga harus berinteraksi dengan penjual untuk melakukan kesepakatan atau transaksi. Sehingga pelayanan ritel dalam gerai tersebut akan bersinggungan dengan pembeli.

Salah satu ritel atau gerai yang cukup besar di Bandung adalah Riau Junction yang berada di Jalan Letnan Laut Raden Eddy Martadinata No.17-21, selain itu Riau Junction juga merupakan tempat yang memiliki pelayanan ritel dan mementingkan atmosfer gerai. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti pengaruh atmosfer gerai dan pelayanan ritel terhadap pembelian impulsif pada Riau Junction.

Riau Junction menawarkan berbagai macam produk yang sangatlah lengkap dan beraneka ragam untuk kebutuhan sehari - hari. Terkadang ketika seseorang kesulitan untuk mencari sebuah produk untuk keseharian mereka, hanya Riau Junction yang dapat menyediakan produk tersebut. Tidak hanya itu saja, Riau Junction juga menyediakan beberapa tempat makan yang bagi pelanggan – pelanggan yang lelah berbelanja. Selain itu juga Riau Junction menawarkan berbagai macam produk yang harganya cenderung lebih murah dibandingkan dengan tempat – tempat berbelanja lainnya. Meskipun harga – harga dari setiap barang yang dijual oleh Riau Junction sudah terbilang murah, promo atau diskon tetap dijalankan dari barang luar negeri maupun dalam negeri, makanan, minuman, peralatan rumah tangga juga terkadang mendapatkan potongan harga baik ketika ada perayaan maupun tidak.

Dengan demikian peneliti tertarik untuk menentukan topiknya sebagai “Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Pembelian Impulsif pada Riau Junction”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah atmosfer gerai berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif?
2. Bagaimanakah pelayanan ritel berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Melihat pengaruh dan tingkat signifikansi atmosfer gerai terhadap pembelian impulsif
2. Melihat pengaruh dan tingkat signifikansi pelayanan ritel terhadap pembelian impulsif

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Akademisi

Membantu para akademisi mendapatkan teori dan pengetahuan yang benar tentang variabel – variabel yang diteliti. Sehingga para akademisi dapat memiliki pengetahuan tentang teori yang benar akan variabel – variabel tersebut di dalam kehidupan yang sesungguhnya. Sehingga para akademisi dapat menerapkan dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang dimiliki di dalam kasus – kasus nyata dengan lebih mudah.

2. Perusahaan

Membantu para pengusaha untuk memilih kebijakan dan strategi yang efektif dan efisien untuk memaksimalkan pendapatan yang bisa didapatkan oleh perusahaan. Perusahaan dapat memaksimalkannya dengan mempertimbangkan variabel – variabel yang akan di teliti pada penelitian ini dan mengukur berapa besar pengaruhnya terhadap pembelian. Perusahaan juga dapat memanfaatkan pembelian impulsif pembeli untuk meningkatkan pendapatan.

