

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi persaingan yang semakin ketat, membawa perubahan dan pengaruh yang besar terhadap perilaku konsumen. Konsumen yang bertindak sebagai raja, lebih memilih perusahaan yang mampu memberikan atau menyediakan produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, serta pelayanan ekstra sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang akan di konsumsinya.

Perusahaan dituntut memiliki keunikan serta perbedaan dengan perusahaan lain. Disamping memiliki strategi khusus dan memenangkan pasar, dengan berfokus pada pengalaman belanja konsumen, salah satu strategi yang dapat diimplementasikan, adalah dengan mempertimbangkan *store atmosphere* (suasana toko). Lingkungan fisik suatu toko dapat teridentifikasi dari perencanaan yang dapat dan akan menghadirkan nuansa, suasana dan estetika yang menarik bagi konsumen.

Suasanan toko yang nyaman dan menarik, salah satunya dilakukan oleh Bakmi gili Surabaya, suasananya yang didesain minimalis modern dapat memberikan kenyamanan tersendiri bagi konsumen ketika menyantap hidangan. Ada berbagai menu makanan dan minuman yang bisa dipilih, diantaranya adalah bakmi goreng seefood, I fu mie, mie babat, tamie cap cay dan masih banyak pilihan lain.

Bakmi Gili Surabaya merupakan restoran yang terletak di pusat kota, tepatnya di jalan Kertajaya 82 Surabaya. Bila dilihat dari luar Bakmi Gili terlihat berukuran tidak terlalu besar, tapi saat berada didalam ruangan tersebut

pengunjung akan merasa nyaman, karena ruangan yang cukup luas dan interior yang cukup mewah bisa membuat pengunjung menjadi betah saat berada di dalam ruangan tersebut. Bakmi gili buka jam 09.30-22.00 wib, namun pada jam-jam tertentu yaitu jam 5 sore sampai jam 10 malam sangat ramai di kunjungi pelanggannya. Bakmi Gili Surabaya membandrol semua menu dengan harga yang sangat terjangkau. Selain sebagai pionir usaha kuliner *chinese food*, keberadaan Bakmi Gili Surabaya cepat di kenal karena didukung dengan lokasi usaha yang strategis yaitu terletak di pusat kota. Dengan alasan-alasan tersebut diatas, maka Bakmi gili merupakan usaha yang cukup menjajikan yang tentunya didukung oleh berbagai faktor mulai dari ruangan yang bersih dan rapi, pencahayaan yang terang, suara musik yang menambah kesan santai, hingga tata letak meja dan kursi ang tersusun rapi namun di samping faktor pendukung tersebut, masih dapat beberapa permasalahan seperti salah satu menu makanan yang cita rasanya tidak pas dilidah pelanggan, sehingga menyebabkan pelanggan enggan memesan menu tersebut kembali.

Persaingan yang ketat antar restoran penyedia kuliner *chinese food* juga menjadi permasalahan bagi BakmiGili, sehingga restoran tersebut harus lebih berhati-hati dalam merancang pemasarannya untuk menarik minat konsumen. Salah satu cara agar mendapat pangsa pasar adalah dengan menambah kualitas masakan agar lebih nikmat. Hal itu bertujuan untuk menarik konsumen datang berkunjung dan melakukan keputusan pembelian di Bakmi Gili Surabaya. Banyaknya pengunjung tentunya akan berdampak pada kenaikan jumlah pendapatan Bakmi Gili Surabaya seperti tertera pda tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data pendaptan Bakmi Gili Selama Tahun 2013 (Dalam Rupiah)

Bulan	Pendapatan
Januari	75,779,020
Februari	68,879,041
Maret	59,263,052
April	51,461,352
Mei	65,454,649
Juni	80,817,450
Juli	63,267,553
Agustus	64,512,010
September	54,830,310
Oktober	58,515,309
Nopember	70,445,012
Desember	75,663,214

Sumber: Perusahaan Bakmi Gili

Dari tabel diatas terlihat bahwa pendapatan Bakmi Gili pada tahun 2013 mengalami naik turun (fluktuasi) namun kecenderungan mengalami kenaikan dari bulan September sampai dengan Desember. Hal ini disebabkan karena bakmi gili selalu melakukan promosi dengan cara memberikan diskon di bulan tertentu. Seperti menjelang peringatan hari raya idul fitri, natal dan tahun baru. Hal ini perlu diperhatikan oleh pihak Bakmi Gili Surabaya, agar di tahun berikutnya melakukan gebrakan inovasi untuk menarik minat pembeli agar mau melakukan keputusan beli.

Kepuasan konsumen sangat penting, karena pada akhirnya berdampak pula pada berjalannya *store atmosphere*. Tercapainya kepuasan konsumen, tujuan dari pemasaran dan citra positif perusahaan akan tercapai. Guna terjadinya kepuasan tersebut , Bakmi Gili harus selalu menjaga kualitas, mulai dari bahan sampai ornament yang terdapat di tempat usaha. Selain itu, untuk

menyikapi persaingan dengan kompetitor Bakmi Gili juga menampilkan beberapa keunikan selain dari nama restoran atau tempat itu sendiri. Misalnya untuk nama menu yang disajikan dan suasana. Beberapa hal tersebut dijalankan oleh BakmiGili dengan tujuan tidak lain agar konsumen yang berkunjung menikmati sajian kuliner dengan kesan yang baik, sehingga konsumen mau kembali lagi dan selanjutnya akan mengajak konsumen lain untuk mengunjungi Bakmi Gili. Hal inilah yang menjadikan Bakmi Gili selalu ramai oleh konsumen pecinta *chinese food*.

Berdasarkan uraian yang telah penulis sebutkan, maka penulis merasa tertarik untuk mengetahui lebih rinci mengenai pengaruh suasana Bakmi Gili Surabaya terhadap keputusan pembelian konsumen. Penulis memilih Bakmi Gili Surabaya sebagai tempat penelitian, karena Bakmi Gili Surabaya difungsikan sebagai tempat berkumpul teman dan keluarga, sehingga harus mampu menciptakan suasana yang nyaman dengan desain internal maupun eksternal untuk menarik banyak konsumen. Maka penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul: **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSUMEN DI BAKMI GILI SURABAYA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan sebagai berikut:

- 1) Apakah variable *eksterior* (X1) secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Bakmi Gili Surabaya ?
- 2) Apakah general *interior* (X2) secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Bakmi Gili Surabaya ?

- 3) Apakah *store layout* (X3) secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Bakmi Gili Surabaya ?
- 4) Apakah *interior display* (X4) secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Bakmi Gili Surabaya ?
- 5) Faktor apa saja yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Restoran Bakmi Gili Suranaya?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Eksterior (X1) terhadap keputusan pembelian konsumen di Bakmi Gili Surabaya.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh General Interior (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen di Bakmi Gili Surabaya.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Store Layout (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen di Bakmi Gili Surabaya.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh Interior Display (X4) terhadap keputusan pembelian konsumen di Bakmi Gili Surabaya.
- 5) Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen Restoran Bakmi Gili Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang konsep pemasaran, khususnya *store atmosphere*, serta dapat membandingkan teori-teori yang di dapat dari perkuliahan dengan praktek yang sesungguhnya didalam perusahaan.

2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dalam menangani masalah yang sedang dihadapi berkaitan dengan *store atmosphere* yang dilakukan perusahaan.
3. Bagi akademik, tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang usaha yang sama maupun khalayak umum menambah pengetahuannya.
4. Berdasarkan keempat variable tersebut, variable mana yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Bakmi Gili Surabaya ?