

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang Masalah

Di masa kini ada berbagai macam bisnis yang bisa menjadi peluang usaha salah satunya adalah *cafe and resto*. Saat ini sudah banyak produsen *cafe and resto* yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini membuat pengusaha *cafe and resto* harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan dan kebutuhan pasar. Telah banyak *cafe and resto* yang menawarkan serta menyajikan makanan dan minuman dalam berbagai bentuk dan varian, mulai dari yang sederhana sampai yang mewah. Hal ini disebabkan makanan merupakan satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi manusia menyatakan pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia (Norton,2006). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa alasan rasional *outlet* makanan tumbuh karena para pebisnis makanan bisa mengantongi keuntungan bersih minimal 50% setelah dikurangi biaya operasional (Sari,2005).

Pertumbuhan pesat di industri makanan, khususnya *cafe and resto* membuat pebisnis sadar akan posisi pesaing industri sehingga mereka harus mempertahankan keunggulan bersaing. Hal ini sangat penting bagi perusahaan dalam mempertahankan pelanggan dan keberadaannya di industri makanan. Salah satu cara untuk memenangkan konsumen adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda. Suasana bisa menjadi alternatif untuk membedakan *cafe and resto* yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan diperlukan karena dari

dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama. Suasana *resto* dan *cafe* bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk memilih dan tertarik dimana ia akan berkunjung dan membeli. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh (Levy dan Weitz,2001) dalam keputusan pembelian, konsumen tidak hanya memberi respon terhadap barang dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan pembeli yang menyenangkan bagi konsumen. Hal ini membuat konsumen akan memilih tempat toko, rumah makan, atau *cafe* yang disukai dan melakukan pembelian.

Membuat konsumen tertarik adalah salah satu tujuan awal dan selanjutnya untuk mendorong hasrat konsumen untuk membeli. Suasana yang ditawarkan produsen, jika ditanggapi dengan positif oleh konsumen akan memperoleh peluang besar bagi tempat tersebut untuk dikunjungi. Menurut (Levy dan Weitz, 2001) "suasana yang mengacu pada desain dari lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, dan aroma yang merangsang pelanggan secara perseptual dan emosional serta pada akhirnya pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka". Dapat diasumsikan bahwa penilaian atau tanggapan konsumen terhadap *atmosphere* akan mempengaruhi pembelian konsumen. Salah satu yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan adalah *atmosphere* yang menarik. *atmosphere* juga merupakan kombinasi dari hal-hal yang bersifat emosional. Menurut (Mowen dan Minor, 2002) *store atmosphere* mempengaruhi keadaan emosional pembelanja, yang kemudian mendorong untuk meningkatkan atau mengurangi

belanja. Dampak dari *atmosphere* bisa menciptakan kesan yang membuat pembeli akan meningkatkan pembeliannya.

Angkringan Gayeng adalah salah satu resto yang mencoba menerapkan hal diatas pada konsumen dan calon konsumennya. Di Angkringan Gayeng tidak hanya menjual berbagai makanan tetapi juga memberikan suasana yang menyenangkan bagi pengunjung. Angkringan Gayeng memiliki bangunan yang menyatu dengan alam dengan konsep yang ditawarkan berupa *indoor* dan *outdoor*, dilengkapi dengan taman disekitar dan lampu hias yang membuat resto menjadi terlihat menarik. Resto “Angkringan Gayeng yang bernuansa cafe juga ditambah pemandangan yang indah disekitar area persawahan dengan udara yang sejuk membuat konsumen ingin berlama-lama didalam Angkringan Gayeng”. Tempat yang strategis ditengah-tengah kota dekat dengan jalan raya dan sehingga mudah dijangkau. Kedekatan pelanggan dengan tempat parkir akan memudahkan pelanggan untuk masuk kedalam resto”Angkringan Gayeng”. Kesesuaian warna ruang dan lantai serta pencahayaan yang baik sesuai konsep terlihat sangat serasi. Resto “Angkringan Gayeng” juga menyediakan fasilitas seperti tempat beribadah, wifi, toilet, live musik dan pelayanan yang ramah. Ditamabah lagi dengan pemajangan barang-barang yang didalam Resto “Angkringan Gayeng” dengan tepat dan menarik, akan memberikan kesan tersendiri bagi Resto” Angkringan Gayeng”. Pemberian nama Angkringan Gayeng terinspirasi dari artian nama angkring atau nangkring yaitu duduk santai, Gayeng sendiri memiliki artian menyenangkan. Nama yang terdengar unik ditelinga masyarakat akan

meningkatkan rasa penasaran / keingintahuan masyarakat tentang Angkringan Gayeng, sehingga dapat menjadi daya tarik konsumen untuk berkunjung ke Angkringan Gayeng. Dengan Pemilik berharap pengunjung yang datang ke Angkringan Gayeng bisa merasakan suasana yang menyenangkan dan bisa bersantai saat berada di dalam Angkringan Gayeng.

Untuk memudahkan dan menyenangkan konsumen, perusahaan di Resto"Angkringan Gayeng" juga meningkatkan fasilitas-fasilitas yang ada. Pemilik Resto" Angkringan Gayeng" berusaha keras mrnciptakan suasana resto yang nyaman ketika konsumen melakukan kegiatan di dalam resto. Sehingga menimbulkan perasaan nyaman dan betah ketika berada didalam resto. Diharapkan dengan perasaan nyaman konsumen akan mengadakan pembelian berulang di Resto"Angkringan Gayeng". Tidak hanya itu, pemilik Angkringan Gayeng juga menarik konsumen dengan cara yang terbilang tidak biasa-biasa saja. Pengusaha mencoba menampilkan dari luar apa yang ada di dalam Resto"Angkringan Gayeng" dengan sesuatu yang bisa mewakili. Sehingga melihat sepintas dari luar para calon konsumen bisa mendeskripsi suasana yang ada di dalam Resto"Angkringan Gayeng" tersebut. Dengan harapan *image* yang bagus akan melekat dihati konsumen dan kenyamanan yang tinggi. Sehingga faktor *Exterior,Interior Display*, dan *Store Layout*, yang dihadirkan ini akan memperkuat faktor-faktor keputusan pembelian konsumen pada Resto"Angkringan Gayeng". Seiring dengan kemajuan zaman dan perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi masyarakat

di Ponorogo. Seperti pada saat ini orang-orang menikmati waktu luang untuk menikmati kuliner, sekedar makan sambil berkumpul bersama teman.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penliatian pada Resto”Angkringan Gayeng” yang bernuansa cafe tersebut. Oleh karena itu, peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul” **Analisis pengaruh exterior, store layout, dan interior display terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Gayeng di Ponorogo.**

## **1.2.RumusanMasalah**

Sesuai keterkaitan antara *exterior*, *interior display*, dan *store layout* dengan keputusan pembelian konsumen yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh *exterior* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan Gayeng di Ponorogo?
2. Adakah pengaruh *interior display* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan Gayeng di Ponorogo?
3. Adakah pengaruh *store layout* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan Gayeng di Ponorogo?
4. Apakah *exterior*, *interior display* dan *store layout* sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan Gayeng di Ponorogo?

### **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalahr umusan kalimat yang menunjukkan adanya sesuatu hal yang diperoleh setelah penelitian selesai. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh dari faktor *exterior* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan Gayeng di Ponorogo.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh dari faktor *store layout* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan Gayeng di Ponorogo.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh dari faktor *interior display* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan Gayeng di Ponorogo.
4. Untuk mengetahui *exterior, interior display, dan store layout* sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan Gayeng di Ponorogo.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu wahana melatih kemampuan ilmiah mahasiswa, sekaligus sebagai suatu penerapan ilmu yang pernah diterima dibangku kuliah kemudian diwujudkan dilapangan baikdalam bentuk laporan lisan maupun tulisan, dan sebagai suatu laporan tugas.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan dan sebagai perbendaharaan literature terutama dalam pembahasan tentang perilaku konsumen dalam berbelanja di Angkringan Gayeng di Ponorogo.

3. Bagi Perusahaan Angkringan Gayeng.

Hasil penelitian ini diharapkan pada Angkringan Gayeng dapat menjadikan sebagai bahan evaluasi bagi pihak perusahaan untuk selalu mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang, terutama dalam meningkatkan suasana yang ada di dalam perusahaan tersebut.

