

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir ini bisnis di Indonesia mengalami perkembangan. Pertumbuhan penduduk serta meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat menjadi salah satu faktor meningkatnya bisnis di Indonesia. Hal tersebut membuat banyak pelaku bisnis baru yang mulai bermunculan dan berupaya untuk bersaing memperoleh pasar. Terdapat beberapa jenis bisnis yang diminati salah satunya ialah bisnis kuliner.

Bisnis kuliner adalah salah satu bisnis yang marak ditawarkan. Keadaan persaingan yang sangat ketat membuat para pelaku bisnis kuliner semestinya melakukan inovasi agar mampu bertahan dan bersaing. Banyaknya pesaing menuntut pemilik usaha untuk bisa menentukan cara atau metode yang tepat untuk bersaing. Terdapat beberapa jenis bisnis kuliner yang sedang berkembang untuk dijadikan peluang usaha salah satunya adalah cafe. Café ialah tipe restoran kecil yang menawarkan berbagai macam makanan dan minuman untuk konsumen, namun saat ini banyak pula konsumen yang datang hanya untuk bersantai serta menikmati hiburan yang diberikan dari layanan café tersebut. Saat ini sudah banyak pemilik café yang ikut terlibat dalam pemenuhan kebutuhan serta kemauan konsumen. Perubahan selera, gaya hidup, dan tata cara dalam mengkonsumsi makanan membuat produsen café seharusnya terus memberikan perubahan sebagai upaya dalam menarik konsumen.

Pengusaha café harus berupaya untuk mendapatkan perhatian serta ketertarikan dari calon konsumen karena mereka bersaing dengan competitor yang menawarkan produk yang serupa. Maka dengan itu setiap pengusaha dengan jenis produk yang sama harus memikirkan cara supaya memenangkan persaingan.

Perkembangan café saat ini Indonesia khususnya di Ponorogo mengalami peningkatan. Banyak café yang menawarkan ide-ide dan konsep yang lebih moderen untuk menarik konsumen dari berbagai kalangan baik kalangan remaja maupun kalangan orang tua, dari segi ekonomi menengah kebawah sampai ekonomi menengah keatas. Karena dirasa banyak konsumen yang tertarik sehingga para pelaku bisnis kuliner khususnya café menganggap Ponorogo sebagai pasar yang potensial.

Ponorogo merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Jawa Timur. Kabupaten Ponorogo terkenal sebagai kota Reog karena Reog merupakan kesenian yang khas dari Ponorogo. Banyak potensi yang dapat dikembangkan di Ponorogo, salah satunya yaitu di sektor makanan. Banyak pelaku bisnis kuliner yang menganggap Ponorogo sebagai pasar yang potensial karena banyaknya permintaan dan juga tingkat konsumtif masyarakat yang meningkat. Beberapa tahun ini jumlah café di Ponorogo semakin meningkat salah satunya yaitu Angkringan Gayeng yang terletak di Jl. Anggrek, Bangunsari, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo.

Harga, kualitas, dan pelayanan tidak lagi menjadi pertimbangan bagi seseorang untuk menikmati kuliner, tetapi atmosphere atau suasana toko menjadi faktor penting bagi seorang konsumen untuk datang bersantap. Suasana yang

nyaman dan *homey* menjadi bahan pertimbangan sendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi cafe tertentu. Bahkan tidak sedikit konsumen yang lebih memilih makan di sebuah cafe daripada makan di rumah dengan alasan menyukai atmosphere (suasana) pada cafe tersebut.

Elemen Store Atmosphere menurut Berman, B., Evans, J. R., (2007), “*atmosphere can be divided into several element : Exterior, General Interior, Store Layout, and displays.*”

- 1). *Exterior* adalah desain bagian paling luar. Biasanya *exterior* memberikan kesan pertama terhadap toko, karena bagian ini yang dilihat pengunjung pertama kali.
- 2). *General Interior* adalah display suatu toko yang membuat pengunjung nyaman berada di toko, tampilan yang baik akan menarik konsumen dan konsumen akan melakukan keputusan pembelian. Display yang baik yaitu dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu pengunjung dalam mengamati, memeriksa, dan memilih barang dan akhirnya melakukan pembelian.
- 3). *Store Layout* adalah pengelolaan dalam hal penentuan lokasi dan fasilitas toko. Dalam pengelolaan toko juga harus memanfaatkan ruangan toko seefektif mungkin.
- 4). *Interior Display* (dekorasi pemikat toko).

Salah satu café yaitu Angringan Gayeng, suasana yang di tawarkan di Angringan Gayeng sangat nyaman mulai dari lokasi yang terletak di tengah kota Ponorogo sehingga mudah diakses oleh semua konsumen. Dekorasi

Angkringan Gayeng lebih menawarkan keasrian alam yang ada di sekitarnya karena Angkringan Gayeng ini terletak di samping persawahaan.

General Exterior atau bagian dari luar Angkringan Gayeng terlihat konsep yang dihadirkan di dalamnya seperti café yang bertema bar, papan nama juga terlihat jelas di bagian depan pintu masuk yang memudahkan pengunjung untuk mencari lokasi. Lokasi parkir yang luas juga salah satu kelebihan dari Angkringan Gayeng karena biasanya café-café memiliki lokasi parkir yang sempit. *General Interior* di Angkringan Gayeng meliputi pencahayaan yang menarik, music yang diputar sesuai dengan tema sehingga pengunjung merasa nyaman dan juga membuat pengunjung akan berlama-lama di lokasi. Di Angkringan Gayeng juga memberikan alokasi penataan meja dan kursi yang baik sehingga memudahkan pengunjung dalam melakukan pergerakan.

Dari berbagai macam hal yang ditawarkan oleh Angkringan Gayeng membuat konsumen akan melakukan keputusan pembelian atau melakukan keputusan untuk selalu mengunjungi Angkringan Gayeng karena menawarkan suasana yang nyaman.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik mengambil judul **Pengaruh *General Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display* Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Gayeng Ponorogo.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh secara parsial *General Exterior* terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gayeng Ponorogo

2. Apakah ada pengaruh secara parsial *General Interior* terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gayeng Ponorogo
3. Apakah ada pengaruh secara parsial *Store Layout* terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gayeng Ponorogo
4. Apakah ada pengaruh secara parsial *Interior Display* terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gayeng Ponorogo
5. Apakah ada Pengaruh secara simultan antara *General Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display* terhadap terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gayeng Ponorogo

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.) Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *General Exterior* terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gayeng Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *General Interior* terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gayeng Ponorogo .
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *Store Layout* terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gayeng Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *Interior Display* terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gayeng Ponorogo.
5. Untuk Mengetahui pengaruh secara simultan antara *General Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display* terhadap terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gayeng Ponorogo.

2.) Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari berbagai pihak, seperti penelitian yang akan datang maka dari permasalahan diatas manfaat penelitian sebagai berikut :

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sarana informasi dan masukan bagi manajemen perusahaan dalam hal indikator atau variabel yang bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

b. Bagi peneliti

Penelitian ini berguna sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana, serta mengasah kemampuan mahasiswa kaitannya perbandingan antara ilmu manajemen pemasaran dibangku kuliah dengan penerapannya dilapang.

c. Bagi universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo serta bisa dijadikan referensi ilmu khususnya dibidang pemasaran.

d. Bagi peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan pedoman atau acuan dalam proses penelitian yang akan datang khususnya yang memiliki tema tentang keputusan pembelian.

