BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dengan semakin majunya perkembangan, kehidupan dan budaya manusia serta berkembangnya arus globalisasi menyebabkan adanya pergeseran nilai budaya dari masyarakat sosial menjadi lebih individual. Kesibukan memerlukan tempat untuk melepaskan kelelahan setelah melakukan aktivitas sehari-hari. Aktivitas yang dilakukan untuk melepaskan kepenatan itu biasanya dengan bersantai bermain *game* ataupun sekedar berkumpul dan berbincang-bincang dengan teman-teman komunitasnya.

Menangkap peluang ini membuat para pelaku bisnis melirik usaha *Rental Play Station*. *Rental Play Station* tidak hanya tempat untuk melepas lelah, melainkan juga dijadikan sarana untuk mendapatkan kesenangan. Hal ini semakin menarik minat para pelaku bisnis untuk menjajah bisnis *Rental Play Station*. Dalam upaya mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yaitu menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan membeli tidak mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal itu, baik dari faktor internal (dari dalam diri konsumen) ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan dari luar yang dilakukan oleh pelaku usaha (perusahaan). Perusahaan atau pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam hubungannya melakukan suatu keputusan pembelian. Mowen (2002: 139) menjelaskan bahwa *Atmosphere*

berhubungan dengan para manajer melalui rancangan desain bangunan, ruang interior, tata ruang, lorong-lorong, tekstur karpet, dinding, bau, warna, bentuk dan suara yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.

Menurut Assael dalam Sutisna (2002: 7) dimana seorang pemasar berusaha mempengaruhi pengunjung dengan menggunakan stimuli-stimuli pemasaran agar pengunjung bersedia memilih atau membeli produk yang ditawarkan. Hasil penelitian dari Turley dan Ronald (2000) membuktikan bahwa suasana dapat mempengaruhi ketika konsumen berada didalam ruangan dan mempengaruhi mereka melakukan pembelian.

Toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Suasana toko tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, namun juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual. Selain itu, suasana toko juga akan menentukan citra toko itu sendiri. Citra toko yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan terhadap persaingan dalam membentuk pelanggan yang loyal. Melalui suasana yang sengaja diciptakan, ritel berupaya untuk mengkomunikasikan informasi yang terkait dengan layanan, harga maupun ketersediaan barang dagangan yang bersifat penting. Kotler (2009) mengatakan identitas sebuah toko dapat dikomunikasian kepada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas dari suasananya.

Meskipun sebuah suasana toko tidak secara langsung mengkomunikasikan kualitas produk dibandingkan dengan iklan. Barker, et al (1994) juga menambahkan bahwa dengan memiliki atmosfer yang baik dan elegan, maka toko tersebut dapat memberikan kesan sosial yang baik di mata konsumen, dan jika kesan positif

tersebut berlangsung lama maka toko tersebut akan menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk menggunakan jasa atau membeli barang di toko tersebut. Toko harus membentuk suasana yang terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Namun banyak pemilik toko yang tidak mempedulikan dengan suasana tokonya dengan menaruh *display* toko yang sembarangan sehingga membuat konsumen bingung dan bahkan konsumen menjadi enggan untuk mencari barang yang akan dibeli sehingga tidak dapat menarik minat beli konsumen. Dengan melihat penataan barang dagangan yang rapi, konsumen akan tertarik serta memudahkan konsumen dalam memilih barang yang diinginkan.

Display yang baik akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Levy and Weitz (2001) bahwa suasana toko dapat tercipta melalui desain lingkungan visual, cahaya, warna, musik, dan aroma yang dapat merangsang emosi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Suasana toko tidak hanya akan memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual. Selain itu, suasana toko juga akan menentukan citra toko itu sendiri.

Disamping suasana toko merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, faktor harga juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Suatu hal yang lazim bahwa seorang konsumen menginginkan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, dan inilah mengapa faktor harga menjadi penting. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk, namun dalam penetapan harga perusahaan juga mempertimbangkan nilai, manfaat, kualitas produk, dan juga harga yang kompetitif yang mampu

bersaing. Menurut Monroe (2005: 91) harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga merupakan salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak.

Rental Play Station Cine merupakan salah satu penyewaan *game play station* di kota Singaraja yang berdiri sejak tahun 2017. Tempat ini bnyak diminati kaum remaja dan dewasa karena diyakini sebagi tempat menghilangkn stres. Kegunaan lain dari *Rental Play Station* Cine adalah tempat menghilangkan stress akibat beban aktivitas sehari-hari, tempat untuk mendapat hiburan, tempat berkumpul dengan teman dikarenakan masyarakat Indonesia senang bersosialisasi. Hal inilah yang menyebabkan mengapa *Rental Play Station* Cine tidak hanya menyediakan *game* saja, akan tetapi juga menampilkan nilai lebih yang lain yang disajikan kepada pengunjung *Rental Play Station* Cine, misalnya penataan ruangan (*interior design*), hiasan ruangan dan penataan lampu (*lighting*) serta adanya warung yang menjual berbagai jenis makanan dan minuman. Ada pula yang acara nonton bareng pertandingan sepak bola, dan disediakannya wifi gratis untuk menarik minat konsumen untuk mengunjungi *Rental Play Station* Cine.

Adanya penurunan penjualan ditandai dengan laporan penjualan yang mengalami penurunan pada bulan Maret sampai Agustus. Data penjualan periode Maret – Agustus 2018 pada *Rental Play Station* Cine terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Penjualan *Rental Play Station* Cine
Periode Maret – Agustus 2019

Bulan	**Penjualan (Rp)**	**Kenaikan / Penurunan**	
		Rp	**%**
Maret	8.706.000,-		
April	7.102.000,-	(1.604.000,-)	(18,4)

Mei	6.063.000,-	(1.039.000,-)	(14,6)
Juni	3.600.000,-	(2.463.000,-)	(40,6)
Juli	5.475.000,-	1.875.000,-	52,0
Agustus	2.661.000,-	(2.814.000,-)	(51,3)
Total	**33.607.000,-**		

Sumber: Data penjualan Rental Play Sstation Cine

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa penjualan pada *Rental Play Station* Cine pada periode Maret sampai Agustus. Pada periode Maret sampai Agustus tingkat penjualan ini berfluktuasi. Asumsi peneliti mengenai tingkat penjualan yang berfluktuasi ini yaitu karena beralihnya pelanggan ke *Rental Play Station* lain yang sejenis sebagai akibat lebih menarik dibandingkan *Rental Play Station* Cine Singaraja. Penjualan *Rental Play Station* Cine yang secara terus menerus turun ini membuat perusahaan harus mengkaji ulang program dan melakukan suatu usaha untuk mempertahankan pelanggan-pelanggan yang ada agar tidak berpaling ke *Rental Play Station* lain, sehingga jika tidak segera diatasi akan memberikan efek negatif terhadap kunjungan pelanggan *Rental Play Station* Cine dan tentunya mengancam kelangsungan usaha dimasa mendatang. Maka dari itu peneliti melakukan *survey* pendahuluan untuk mengetahui faktor apa yang mengakibatkan terjadinya penurunan jumlah penjualan pada *Rental Play Station* Cine. Untuk mengetahui tanggapan awal konsumen, maka dilakukan observasi awal kepada 10 responden. Data hasil kuesioner variabel suasana toko disajikan pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Data Hasil Kuesioner Awal Indikator Variabel Suasana Toko
Pada Pelanggan Rental Cine Play Station

No	Bagian Luar	Bagian Dalam	Tata Letak	Tanda-tanda Informasi	Jumlah Skor	Kategori
1	3	4	2	2	11	Rendah

2	2	3	4	3	12	Sedang
3	3	4	3	2	12	Sedang
4	3	3	2	3	11	Rendah
5	2	4	3	2	11	Rendah
6	3	3	4	2	12	Sedang
7	3	4	5	2	14	Sedang
8	2	4	3	3	12	Sedang
9	2	4	3	2	11	Rendah
10	3	4	3	2	12	Sedang
Total	**26**	**37**	**32**	**23**	**118**	Sedang

Sumber: Kuesioner awal konsumen (data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.2 ternyata jumlah skor suasana toko dari masing-masing pelanggan belum optimal dari nilai maksimal 20, karena berada pada kategori sedang dan rendah. Diduga bahwa suasana toko sangat berpengaruh terhadap konsumen dalam melakukan pembelian.

Tanggapan awal konsumen, maka dilakukan observasi awal kepada 10 responden terhadap variabel harga dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3
Data Hasil Kuesioner Awal Indikator Variabel Harga
Pada Pelanggan *Rental Play Station* Cine

No	Keterjangkauan harga	Daya saing harga	Kesesuaian Kualitas Produk	Kesesuaian Manfaat Produk	Jumlah Skor	Kategori
1	3	3	3	2	11	Rendah
2	3	3	4	2	12	Sedang
3	2	4	3	2	11	Rendah
4	4	3	3	2	12	Sedang
5	4	3	3	3	13	Sedang
6	3	3	4	2	12	Sedang
7	5	3	4	2	14	Sedang
8	4	3	3	3	13	Sedang
9	3	4	4	3	14	Sedang
10	4	4	3	2	13	Sedang
Total	**35**	**33**	**34**	**23**	**125**	**Sedang**

Sumber: Kuesioner awal konsumen (data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.3 ternyata jumlah skor harga dari masing-masing pelanggan belum optimal dari nilai maksimal 20.

Tanggapan awal konsumen, maka dilakukan observasi awal kepada 10 responden dengan menggunakan variabel keputusan pembelian seperti pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4
Data Hasil Kuesioner Awal Indikator Variabel Keputusan Pembelian
Pada Pelanggan *Rental Play Station* Cine

No	Kemantapan Produk	Kebiasaan Membeli	Memberikan Rekomendasi	Pembelian Ulang	Jumlah Skor	Kategori
1	4	3	3	2	12	Sedang
2	4	3	2	3	12	Sedang
3	3	3	3	2	11	Rendah
4	3	3	2	3	11	Rendah
5	3	3	4	3	13	Sedang
6	4	2	3	3	12	Sedang
7	5	3	3	3	14	Sedang
8	4	3	3	3	13	Sedang
9	4	3	2	3	12	Sedang
10	5	3	2	3	13	Sedang
Total	**39**	**29**	**27**	**28**	**123**	**Sedang**

Sumber: Kuesioner awal konsumen (data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa pada indikator keputusan pembelian (memberikan rekomendasi) memiliki jumlah nilai yang paling rendah dari jumlah indikator keputusan pembelian yang lainnya yakni 27. Kemudian pada keseluruhan indikator variabel keputusan pembelian memiliki total 123 dengan kategori sedang dari nilai maksimum 204. Bagi sebuah bisnis *Rental Play Station* Cine tentunya merupakan hal yang kurang memuaskan jika hanya mendapatkan kategori sedang. Hal ini membuktikan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap produk maupun layanan yang diberikan oleh *Rental Play Station* Cine.

Berdasarkan data hasil kuesioner tersebut dilakukan penelitian terhadap berbagai kelemahannya khusunya pada variabel suasana toko dan harga serta keputusan pembelian pelanggan pada *Rental Play Station* Cine. Sehingga nantinya diharapkan *Rental Play Station* Cine dapat mengetahui dengan jelas pada bagian mana yang membutuhkan perbaikan dan peningkatan guna mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian agar dapat tetap bersaing dengan perusahaan.

Penelitian terdahulu telah menguji variabel yang serupa yakni analisis pengaruh *store atmosphere*, *location*, dan *price* terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Febryanda (2017) menyatakan bahwa variabel lokasi dan suasana toko memiliki pengaruh yang signifikan baik simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian Theresia Esti Mardhikasari (2014) menyatakan bahwa variable suasana toko, lokasi toko, dan keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Lalu penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Arif (2018) menyatakan bahwa suasana toko, lokasi dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Adanya fenomena rendahnya hasil observasi awal terhadap 10 responden ini menarik untuk diteliti sebab hal tersebut sangat erat kaitannya dengan pengaruh suasana toko dan harga terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, maka penelitian ini dirumuskan dengan diambil judul **"Pengaruh Suasana Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *Rental Play Station* Cine".** Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret sampai dengan Agustus 2019.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1) Adanya keluhan-keluhan dari para konsumen *Rental Play Station* Cine seperti asap kendaraan dan juga bau atau aroma dupa sebagai aroma terapi di dalam toko yang tidak semua orang menyukainya, penataan ruang yang penuh sesak sehingga mengganggu mobilitas pengunjung. Dari hasil pengamatan diketahui juga bahwa tidak semua area di dalam toko dipadati oleh pengunjung hanya beberapa area tertentu saja, sehingga penataan ruang dan interior toko dirasa kurang maksimal dalam menarik perhatian konsumen.
2) Semakin tingginya tingkat persaingan diantara *Rental Play Station* Cine di Singaraja, terdapat kompetitor *Rental Play Station* Cine yang sama-sama berlokasi di kawasan kota dan warung-warung di pinggir toko yang menawarkan produk sejenis dengan harga sangat kompetitif sehingga harga produk di *Rental Play Station* Cine dirasa oleh konsumen lebih mahal. Harga produk di *Rental Play Station* Cine yang dipersepsikan oleh konsumen tidak semua sesuai dengan kualitas barang yang ditawarkan.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada permasalahan “Pengaruh Suasana Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Rental Play Station* Cine”. Peneliti mencoba mengkaitkan hubungan antara suasana toko yang menjadi ciri khas perusahaan dan harga dengan keputusan pembelian. Ketiga variabel tersebut telah mencakup berbagai masalah yang sudah teridentifikasi, serta bertujuan untuk menghindari

pembahasan masalah yang terlalu luas supaya peneliti dapat lebih fokus dan tepat sasaran.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut.

1) Bagaimana pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen *Rental Play Station* Cine?
2) Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen *Rental Play Station* Cine?
3) Bagaimana pengaruh suasana toko dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen *Rental Play Station* Cine?

1.5 Tujuan Penelitian Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1) Menguji pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen *Rental Play Station* Cine.
2) Menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen *Rental Play Station* Cine.
3) Menguji pengaruh suasana toko dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen *Rental Play Station* Cine.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut.

1) Manfaat Praktis

Memperdalam pengetahuan peneliti di bidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen dan diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan disamping memberikan kontribusi pemikiran dalam bidang pemasaran berdasarkan teori yang didapatkan selama masa perkuliahan.

2) Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dijadikan referensi dalam merancang strategi pemasaran untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan meningkatkan penjualan dan bagi pihak lain dapat dijadikan bahan literatur untuk menambah wacana dan mengembangkan ilmu pengetahuan diharapkan dapat menjadi referensi dan memperkaya khasanah penelitian yang dapat menjadi bahan perbandingan penelitian berikutnya.