

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring perkembangan pertumbuhan ekonomi yang cepat di era globalisasi saat ini, membuat perusahaan harus terus berupaya untuk mengembangkan usahanya. Sopiah dan Syihabuddin (2008:121) mengungkapkan Globalisasi juga merupakan faktor utama terciptanya permintaan atau meningkatnya permintaan barang dan jasa ritel. Hal ini membuat perkembangan perusahaan ritel nasional semakin meningkat. Berkembangnya perusahaan ritel saat ini membuat persaingan perusahaan-perusahaan sejenis di dalam negeri menjadi sangat kompetitif.

Salah satunya *Ace hardware* Indonesia yang didirikan tahun 1995 sebagai anak usaha PT Kawan Lama Sejahtera. Ruang lingkup perusahaan meliputi usaha perdagangan umum termasuk ekspor dan impor serta menjalankan usaha sebagai agen atau distributor. Kegiatan usaha perusahaan adalah penjualan eceran atau ritel barang-barang kebutuhan rumah tangga, gaya hidup, dan mainan anak-anak. Dengan mengoperasikan jaringan gerai modern dengan menyediakan produk-produk berkualitas prima. Gerai *ace hardware* yang ada di Indonesia salah satunya adalah *Ace Hardware Solo Paragon*.

Banyaknya pilihan toko ritel saat ini membuat pengusaha ritel harus berlomba dalam menarik minat konsumen. Salah satu cara yang dapat

dilakukan untuk menarik minat konsumen yaitu dengan mempertimbangkan *store atmosphere*. *Store atmosphere* atau lingkungan toko merupakan rangsangan dari luar yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti cahaya, musik, warna dan bau.

Menurut Kusuma, et al. (2013:241) untuk meningkatkan penjualan, peritel harus memberikan perhatian lebih pada lingkungan belanja mengingat konsumen yang hedonis cenderung lebih memilih lingkungan berbelanja yang nyaman. *Store Atmosphere* merupakan lingkungan toko yang dibuat semenarik mungkin untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Kegiatan belanja konsumen selain dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti *store atmosphere* juga dipengaruhi oleh faktor internal yaitu sifat emosional seperti *hedonic shopping value*. *Hedonic shopping value* merupakan persepsi dimana belanja dianggap sebagai hal yang emosional dan bermanfaat pada saat kondisi emosi sedang dalam keadaan positif (Irani and Hanzae, 2011:3). *Hedonic shopping value* memberikan perasaan senang dan puas pada konsumen saat berbelanja. Konsumen yang merasa senang ketika berbelanja cenderung akan mengulangi kegiatan tersebut, karena konsumen merasa *hedonic shopping value* dapat memberikan pengalaman belanja yang bisa menghilangkan penat.

Pembelian terencana adalah perilaku pembelian dimana keputusan pembelian sudah dipertimbangkan sebelum masuk kendala gerai, sedangkan pembelian tidak terencana adalah perilaku pembelian tanpa ada pertimbangan

sebelumnya. Jenis pembelian tidak terencana yang paling sering mendapatkan perhatian adalah pembelian impulsif (*impulse buying*).

Keputusan pembelian merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh konsumen setelah melakukan evaluasi terhadap seluruh alternatif yang ada sehingga timbul keinginan untuk membeli. Pengambilan keputusan pembelian berlangsung dalam lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi purnabeli. Perilaku pembelian setiap konsumen tentu saja berbeda untuk setiap produknya. Sehingga dalam prakteknya tahapan dalam proses pengambilan keputusan tersebut tidak selalu berurutan dan bahkan dapat dihilangkan.

Bedasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Pengaruh *Store Atmosphere*, Pelayanan Ritel, Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen *Ace Hardware*)**".

## **B. Rumusan Masalah**

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang masalah, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*?
2. Apakah pelayanan ritel berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*?

3. Apakah nilai hedonik berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*?
4. Apakah pembelian impulsif berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*?
5. Apakah *store atmosphere*, pelayanan ritel, nilai hedonik dan pembelian impulsif secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*.
2. Untuk menganalisis pelayanan ritel berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*.
3. Untuk menganalisis nilai hedonik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*.
4. Untuk menganalisis pembelian impulsif berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*.
5. Untuk menganalisis *store atmosphere*, pelayanan ritel, nilai hedonik dan pembelian impulsif secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi *Ace Hardware*

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi *Ace Hardware* dalam upaya meningkatkan penjualan yang lebih baik.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai *store atmosphere*, pelayanan ritel, nilai hedonik dan pembelian impulsif terutama yang berkaitan dengan keputusan pembelian pada konsumen *Ace Hardware*.

3. Manfaat Empiris

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian, khususnya penelitian yang bersangkutan dengan keputusan pembelian.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya. Serta bermanfaat pula bagi pengembang ilmu pengetahuan khususnya menyangkut *store atmosphere*, pelayanan ritel, nilai hedonik dan pembelian impulsif terhadap keputusan pembelian.

## **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam penelitian skripsi ini tersusun sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang teori-teori yang dapat digunakan sebagai dasar penelitian, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, dan metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi pembahasan hasil penelitian, analisis data, dan penjelasannya secara lengkap

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian dan saran yang relevan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**