

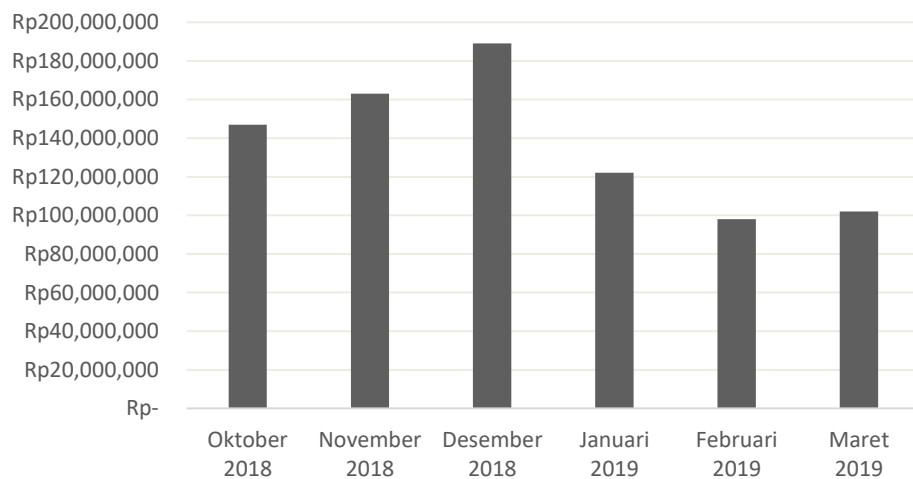
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia, diikuti dengan semakin tinggi aktivitas masyarakat maka akan mempengaruhi pola makannya. Kebutuhan manusia terhadap makanan semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan fisiknya. Namun pada zaman sekarang masyarakat lebih cenderung menyukai makanan jadi untuk mempersingkat waktu. Dalam beberapa tahun terakhir usaha Café dan Resto mulai banyak di Pamekasan. Hal ini juga didukung oleh banyaknya jumlah penduduk Kota Pamekasan, karena dengan semakin banyaknya konsumen semakin banyak juga kebutuhan yang diperlukan, sehingga para pengusaha menganggap Pamekasan sebagai pasar yang potensial.

**Gambar 1.1 Omset Bulanan Andayani Waroeng Steak n' Djawa**



**Sumber,:**Andayani Waroeng Steak'n Djawa 2019

Berdasarkan survei sementara yang dilakukan di Andayani waroeng Steak'n Djawa, menunjukkan perkembangan setiap bulan Andayani waroeng Steak'n Djawa. Pada bulan Oktober 2018 omset pendapatan meningkat hingga Rp.

147.000.000,- November 2018 mengalami peningkatan Rp.163.000.000 serta di bulan Desember 2018 kembali mengalami peningkatan Rp. 189.000.000,-. Namun pada bulan Januari 2019 kemarin omset pendapatan mengalami penurunan Rp. 122.000.000,- dari bulan sebelumnya. Terjadi juga pada bulan Februari penurunan volume penjualan hingga Rp.98.000.000,-, dan pada bulan Maret 2019 omset meningkat menjadi Rp. 1.020.000,-. Peningkatan yang terjadi pada bulan oktober hingga desember dikarenakan liburan akhir tahun yang mana banyak wisatawan dari luar kota yang datang berkunjung ke Kabupaten Pamekasan. Dan penurunan pada bulan Januari dan Februari dikatakan oleh pemilik Andayani waroeng Steak'n Djawa berdasarkan atas keluhan konsumen, disebabkan karena bermunculan café lain yang mempunyai inovasi baru. (Data Andayani waroeng Steak'n Djawa 2019).

Setiap restoran harus memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan usaha restoran sejenis. Pemilik restoran harus memanfaatkan peluang-peluang kecil seperti mengetahui seperti apa keinginan konsumen dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Salah satunya yang paling dicari oleh konsumen belakangan ini dari restoran adalah untuk merasakan suasana restoran atau *store atmosphere*. Oleh karena itu usaha restoran berlomba-lomba menciptakan konsep *store atmosphere* yang berbeda dan unik dibandingkan restoran lainnya. *Store atmosphere* sekarang ini menjadi salah satu alasan untuk menarik minat konsumen, karena dengan adanya *store atmosphere* akan menjadi pertimbangan bagi konsumen yang sudah merasa nyaman maka mereka akan rela berlama-lama untuk menghabiskan waktu. *Store atmosphere* yang baik yang dapat memberikan image yang baik dimata pengunjung dapat memberikan dorongan atau stimulus kepada konsumen

untuk memasuki toko dan melakukan proses interaksi hingga melakukan pembelian (Sunyoto, 2015:210)

Levy dan Weitz (2012:490) memaparkan *store atmosphere* adalah atmosfer mengacu pada desain lingkungan seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk mensimulasikan respon persepsi dan emosi pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Selain *store atmosphere* kualitas layanan juga menjadi faktor utama bagi pelanggan yang ingin berlama-lama dan bersantai di sebuah resto, Laksana (2008:96) menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai yang diharapkan maka akan memberikan kepuasan. Sehingga demikian kualitas layanan tetap ditingkatkan untuk mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan maka akan puas.

Permasalahan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Tsurayya (2016:414) menyatakan bahwa harga, kualitas dan pelayanan tidak lagi menjadi bahan pertimbangan utama bagi konsumen penikmat kuliner, namun pada saat ini *store atmosphere* juga merupakan salah satu faktor dalam menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pembeli di Andayani Waroeng Steak'n Djawa Kabupaten Pamekasan)*

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Store Atmosphere* ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Andayani Waroeng Steak'N Djawa?
2. Manakah diantara *Store Atmosphere* ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) yang berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian di Andayani Waroeng Steak'N Djawa

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis dan menguji apakah *store atmosphere* ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Andayani Waroeng Steak'n Djawa.
2. Manakah dari *store atmosphere* ( $X_1$ ) atau kualitas layanan ( $X_2$ ) yang berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian di Andayani Waroeng Steak'n Djawa.

## D. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, diantaranya :

### 1. Bagi Restoran

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan bagi Andayani Waroeng Steak.n Djawa dalam mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap konsumen melalui *Store Atmosphere*.

### 2. Bagi Universitas Muhammadiyah Surabaya

Tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang usaha yang sama maupun khalayak umum menambah pengetahuannya.

### 3. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran , khususnya mengenai bagaimana store atmosphere dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, serta dapat membandingkan teori-teori yang di dapat dari perkuliahan dengan praktek yang sesungguhnya di dalam perusahaan.

## **E. Sistematika Penulisan**

Dalam sistematika penulisan skripsi ini, penulis membaginya kedalam lima bab seperti yang dijabarkan dibawah ini :

Bab I merupakan pendahuluan dalam penelitian yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan kajian pustaka yaitu berisi kerangka teori yang mendeskripsikan pengertian store atmosphere, kualitas layananserta

keputusan pembelian, kemudian penelitian terdahulu yang terkait dalam judul skripsi, kerangka konseptual, dan hipotesis.

Bab III membahas tentang metode penelitian yang memaparkan tentang pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik pengolahan data, pengujian instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

Bab VI Merupakan Hasil Penelitian dan Pembahasan. Berisi tentang gambaran umum, deskripsi hasil penelitian, pengujian instrumen, analisis data, dan pembahasan.

Bab V Merupakan Penutup. Berisi kesimpulan penelitian dan saran.