

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang semakin berkembang dan meluas menimbulkan tingkat persaingan yang ketat dan menjadikan setiap orang berambisi untuk memiliki peran dalam dunia bisnis. Menurut Sudarso (2016:1) saat ini setiap negara berupaya untuk mendorong para pelaku bisnis untuk menjalankan aktivitas bisnisnya sebaik mungkin. Hal ini berarti setiap negara berupaya seoptimal mungkin pada para pelaku bisnis untuk menawarkan keunggulan produknya kepada konsumen global.

Di zaman era modern sekarang ada banyak hal yang dapat kita lakukan untuk menghasilkan uang salah satunya adalah berbisnis dari yang Bisnis usaha mikro sampai usaha makro sehingga persaingan pada bisnis semakin kompleks. Persaingan dalam menjual sebuah produk maupun jasa semakin banyak, sehingga banyak para pengusaha menawarkan produk maupun jasanya dengan berbagai macam cara agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dijual. Nah, salah satunya adalah dalam membuka usaha toko roti. Toko roti merupakan hal yang sudah populer di kota medan ini apalagi bisnis toko roti merupakan usaha yang menguntungkan dilihat dari beberapa outlet toko bakery yang ada dimana mana tak hanya itu beberapa toko roti juga mempunyai varian berbeda beda dari segi nama, rasa, kulaitas produk dan suasana didalam toko Dikota Medan sendiri ada toko roti yang sudah populer dikalangan masyarakat yaitu

salah satunya Majestyk Bakery and Cake Shop. Majestyk Bakery and Cake Shop dibuat dan didirikan Farida memulai usaha ini didasarkan oleh kemampuan dan kesukaan beliau untuk membuat berbagai jenis roti dan kue, yang akhirnya dikembangkan dan dilakukan penjualan terhadap produk-produk buatannya. Setelah dilakukan penjualan ternyata masyarakat sangat menyukai roti dan kue tersebut. Selain lezat, sehat dan halal, roti Majestyk juga cocok untuk dipasarkan ke berbagai kalangan masyarakat, baik kalangan atas, menengah maupun bawah dengan harga yang sangat bersaing. Majestyk Bakery and Cake Shop telah berkembang dan membuka lebih dari 50 toko (outlet) di wilayah Medan, Jabodetabek, Cirebon, Surabaya dan Bali.

Dikota Medan sendiri ada toko roti yang sudah populer dikalangan masyarakat yaitu salah satunya Majestyk Bakery and Cake Shop. Majestyk Bakery and Cake Shop dibuat dan didirikan Farida memulai usaha ini didasarkan oleh kemampuan dan kesukaan beliau untuk membuat berbagai jenis roti dan kue, yang akhirnya dikembangkan dan dilakukan penjualan terhadap produk-produk buatannya. Setelah dilakukan penjualan ternyata masyarakat sangat menyukai roti dan kue tersebut. Selain lezat, sehat dan halal, roti Majestyk juga cocok untuk dipasarkan ke berbagai kalangan masyarakat, baik kalangan atas, menengah maupun bawah dengan harga yang sangat bersaing. Majestyk Bakery and Cake Shop telah berkembang dan membuka lebih dari 50 toko (outlet) di wilayah Medan, Jabodetabek, Cirebon, Surabaya dan Bali.

Majestyk Bakery and Cake shop Cab Krakatau Medan ini berfokus pada makanan khususnya bakery and cake, yang menjadi andalan dari toko roti ini adalah kue Bika Ambon, Lapis Legit, Roti Isi dan Roti Tawar.

Tabel 1.1

Jumlah pengunjung majestyk cab Krakatau Medan

No	Tahun	Jumlah pengunjung
1.	2017	7.834
2.	2018	7.762
3.	2019	6.978
4.	2020	5.116
5.	2021	6.491

Sumber : Laporan data Pengunjung majestyk cab krakatau

Dari table 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pengunjung dari 5 dari tahun terakhir mengalami penurunan dari tahun 2017 jumlah pengunjung mejstyk cab Krakatau berkisar 7.834 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan pengunjung pada majestyk cab Krakatau Medan berkisar 6.491. kurang antusiasnya konsumen majestyk cab krkatau Medan dalam melakukan keputusan pembelian dari tahun ke tahun akan tetapi penurunan jumlah pengunjung tak terlalu turun drastis hal ini dapat dikatakan bahwa majestyk masih mampu mempertahankan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk yang ada di majestyk cab Krakatau medan..

Dalam melakukan bisnis usaha pasti adanya persaingan yang dihadapi, apalagi seperti kota besar dimedan ini banyak beberapa toko kue yang baru juga memulai usahanya, maka dari itu majestyk harus siap dalam persaingan ini . Persaingan yang semakin luas menyebabkan harus adanya strategi pemasaran yang dapat membuat usahanya tetap berkembang. Strategi pemasaran ialah merupakan alat bagi unit pemasaran untuk mencapai sasaran pemasaran. Menurut

Kotler dan Armstrong (2008) mengungkapkan bahwa pengertian dari strategi pemasaran atau marketing adalah serangkaian logika tentang pemasaran dimana sebuah usaha (bisnis) tertentu mengharapkan adanya nilai lebih serta keuntungan dari bentuk hubungan dengan klien atau konsumen.

Salah satunya ialah setiap usaha dituntut untuk selalu melakukan inovasi agar dapat merebut hati konsumennya untuk melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, ada hal penting yang harus diperhatikan dalam menarik konsumen yaitu situasi pembelian terutama lingkungan fisik seperti warna, suara, cahaya, dan pengaturan ruang perlu di perhatikan , karena dengan lingkungan fisik yang menarik diharapkan mampu menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian

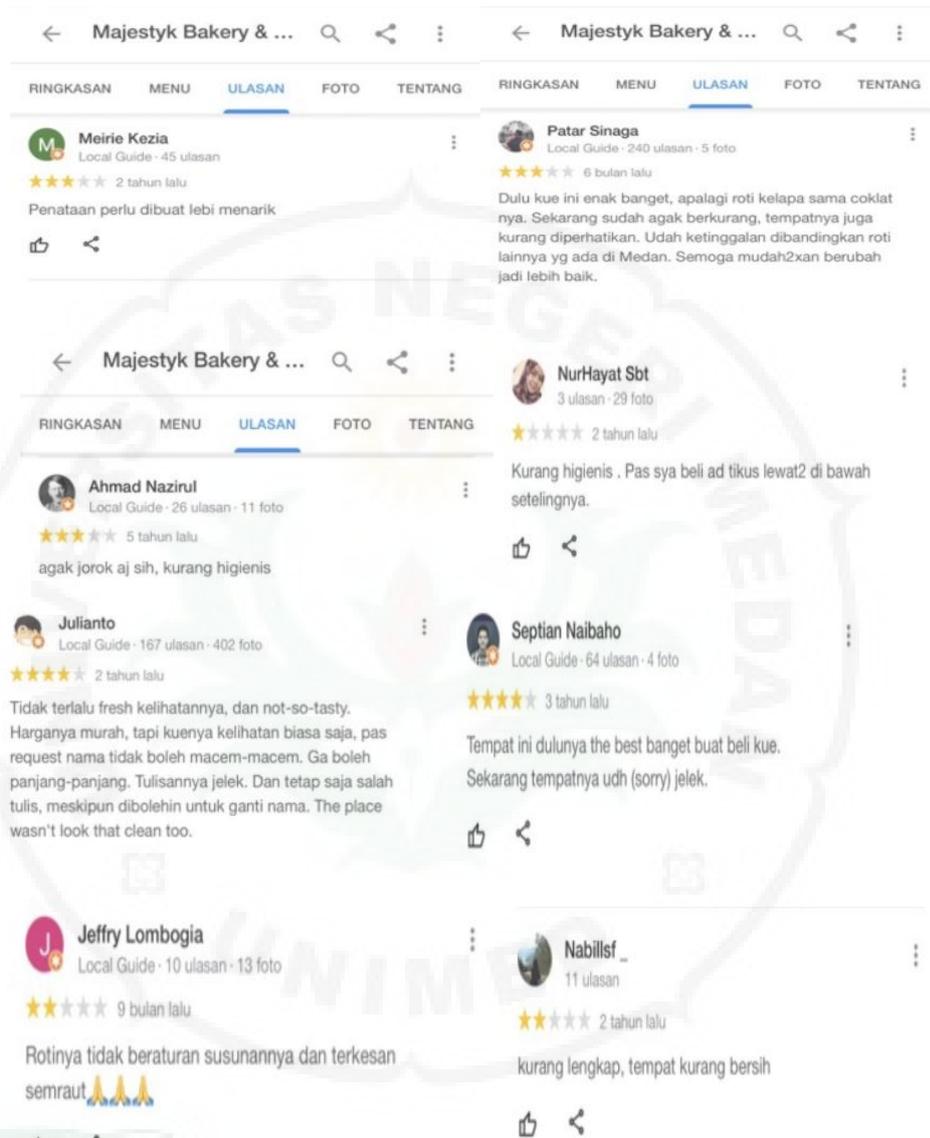
Salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu Store atmosphere (suasana toko) merupakan salah satu elemen penting dari yang mampu mempengaruhi proses keputusan pembelian pada konsumen. Saat melakukan pembelian, konsumen tidak hanya memperhatikan produk dan jasa yang ditawarkan oleh penjual, tetapi juga lingkungan pembelian yang memberikan kenyamanan bagi konsumen, sehingga konsumen tersebut memilih toko yang disukai dan melakukan keputusan pembelian. Meskipun begitu, mengetahui dan memahami suasana toko bukanlah hal yang mudah karena suasana toko merupakan kombinasi dari hal-hal yang bersifat emosional.

Tabel 1.2
Pra Survey store atmosphere Terhadap review store majestyk Cab.
Krakatau Medan

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Jawaban		Persentase %	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Kurangnya kerapian tata letak roti dan kue yang membuat pelanggan merasa kurang tertarik untuk membelinya	30	24	6	80	20
2	Lokasi majestyk bakery and cake shop tidak strategis karena berada tepat dipersimpangan lampu merah yang dapat memicu kemacetan	30	26	4	86,6	13,3
3	Pencahayaan didalam ruangan kurang terang membuat para pelanggan tidak begitu nyaman dalam memilih macam-macam roti dan kue	30	21	9	70	30
4	Tidak adanya fasilitas ac membuat suasana dalam toko kurang menyejukkan	30	28	2	93,3	6,66
5	Pada tampilan bangunan toko sudah tidak menarik karena pewarnaan cat bangunan sudah memudar sehingga dipandang tidak bagus	30	25	5	83,3	16,6
Rata-rata					82,64	17,31

Sumber: Hasil Pra Survey majestyk cab krakatau

Dapat dilihat dari 30 responden yang memberi penilaian sekitar 82,64% mereka kurang nyaman dan tertarik terhadap suasana toko (store atmosphere) majestyk . pemicu utama dapat dikatakan dari segi tempat toko kue yang kurang menarik dan memikat konsumen untuk membeli produk yang dijual apalagi jika tempat toko atau store atmosphere tidak dilengkapi beberapa fitur yang memudahkan serta memberi kenyamanan terhadap pembeli seperti penyediaan AC, pengharum ruangan serta pencahayaan lampu yang cukup agar membuat para pembeli lebih leluasa dalam memilih dan menentukan produk yang akan dibeli.



Gambar 1.1

Ulasan Review Store Atmosphere Majestyk cab Krakatau Medan

Sumber : ulasan google majestyk cab Krakatau Medan

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 diatas dari beberapa ulasan negatif pengunjung majestyk cab Krakatau Medan mereka mengeluh terhadap store atmosphere yang diberikan membuat sebagian dari mereka mengalami hal yang tidak menyenangkan serta ketidaknyamanan dalam mengunjungi toko Majestyk cab Krakatau Medan.

Tetapi sebagian dari pada konsumen majestyk juga tidak terlalu memikirkan bagaimana kondisi store atmosphere pada majestyk bahkan beberapa dari mereka sudah menjadi konsumen tetap majestyk yang akan terus datang berkunjung dan membeli produk produk yang ada pada majestyk.

Tak hanya itu brand image juga salah satu hal yang penting yang harus diperhatikan dalam menarik minat konsumen dari segi rasa, tekstur, bentuk, warna maupun konsistens. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang yang bisa mempengaruhi konsumen dalam memilih dan mengambil keputusan pembelian. Menurut Kotler (2009), Brand image merupakan prioritas penting dalam benak konsumen karena menjadi acuan sebelum melakukan keputusan pembelian. Melalui brand image yang baik atau positif dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen, yang mana akan menimbulkan nilai lebih pada saat melakukan suatu pembelian atau menggunakan suatu merek tertentu. Jika suatu merek memiliki i citra (image) yang buruk pada konsumen, kemungkinan besar konsumen tidak tertarik membeli atau menggunakan merek tersebut. Maka dari itu perusahaan harus pintar dalam membangun suatu citra, yang berarti bahwa perusahaan harus bisa menarik konsumen dan membuat perusahaan tersebut memiliki citra yang positif atau citra yang baik di mata konsumen (Permadi, Kumadji, dan Kusumawati, 2014)

Tabel 1.3
Top Brand Majestyk bakery and Cake Shop Tahun 2017-2021

No	Tahun	Top Brand Index
1.	2017	2.6%
2.	2018	5.7%
3.	2019	2.3%
4.	2020	6.3%
5.	2021	5.1%

Sumber: Top Brand Award

Dari table di atas dapat dilihat bahwa *Majestyk Bakery & Cake Shop* dari tahun 2017 berkisar 2.6% sedangkan 2021 Naik menjadi 5.1% dimana bandingan persen dari tahun 2017 sampai 2021 mengalami kenaikan sekitar 2.5% hal ini dikarenakan bahwa majestyk mengalami penurunan akibat persaingan terhadap produk kue namun masyarakat khususnya kota medan tidak asing lagi dengan brand majestyk karna majestyk sudah berdiri lama sejak tahun 1976 dan dikenal sebagai icon toko roti yang ada dikota medan apalagi penurunan index tidak terlalu terlampaui jauh, berarti masyarakat kota medan tetap membeli produk majestyk walaupun sudah banyak brand toko kue lain yang bersebaran dikota medan.

dalam mempertahankan keekstensian sebuah citra toko dan pengaruh terhadap Store Atmosphere pada majestyk, namun masyarakat khususnya kota medan tidak asing lagi dengan brand majestyk karna majestyk sudah berdiri lama sejak tahun 1976.

Tabel 1 .4
**Pra Survey Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Majestyk
 Cab Krakatau Medan**

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Jawaban		Persentase %	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya membeli Produk majestyk karena memiliki produk dan citra merek yang berkualitas.	30	17	13	56,6	43,3
3	Setiap kali ingin membeli kue, roti,dan produk lainnya brand majestyk melekat dalam benak saya.	30	19	11	63,3	36,6
4	Brand dari majestyk memiliki keunikan yang membedakan dengan brand lainnya.	30	18	12	60	40
5	Saya membeli produk majestyk karena mudah ditemukan	30	21	9	70	30
Rata-rata					59.3%	40,64%

Sumber: Hasil Pra Survey Majestyk cab Krakatau Medan, 2022

Dapat dilihat dari 30 responden yang memberi penilaian sekitar 59,3% dari mereka berpendapat setuju bahwa citra merek pada Majestyk masih cukup familiar ditelinga mereka namun 40,64% hampir setengah dari mereka mengatakan kurang begitu tertarik terhadap citra merek majestyk hal ini diperkirakan karena majestyk kurang mempertahankan citra merek mereka yang sudah dibangun lama sejak tahun 1976 yang sudah dapat disusul oleh merek toko kue lainnya. Store Atmosphere juga berpengaruh terhadap Citra Merek apabila tampilan luar saja tidak menarik maka konsumen juga enggan untuk membeli produk dari toko kue tersebut.

Adapun untuk di zaman sekarang toko kue dituntut untuk meyediakan makanan yang enak dengan harga yang relative murah untuk menarik minat konsumen agar berkunjung. suasana diluar dan didalam toko kue juga harus

menyediakan kenyamanan agar konsumen betah untuk sekedar memenuhi kebutuhan pangannya maupun untuk sekedar nongkrong dengan kerabat atau keluarga.

Berbagai upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengembangkan eksistensinya dalam dunia usaha, yakni untuk selalu menarik perhatian seseorang agar bisa menjadi konsumen toko kue, satu diantaranya adalah dalam citra merek persepsi konsumen terhadap citra merek yang baik dapat membuat konsumen akan terus mendatangi toko kue sebaliknya apabila citra merek mengalami penurunan hal itu dapat membuat konsumen akan berfikir kembali sebelum melakukan pembelian.

Dari latar belakang yang diuraikan diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian berjudul : **"PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKERY AND CAKE SHOP MAJESTYK CAB. KRAKATAU"**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan dapat diketahui identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Majestyk cab krakatau yang ada di Kota Medan yang kurang memperhatikan kenyamanan konsumen
2. Suasana pada toko roti majestyk cab Krakatau Medan yang kurang nyaman seperti penyediaan AC, pengharum ruangan, pencahayaan lampu dan lainnya, sehingga membuat para konsumen tidak betah berlama lama dan dan tidak teratak membeli produk

3. Brand Image yang sudah dibangun lama oleh Majestyk sejak tahun 1976 tidak menjamin bahwa majestyk dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap konsumen majestyk cab Krakatau Medan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah penelitian mengenai keputusan pembelian dengan adanya pengaruh terhadap Store Atmosphere dan Brand Image, maka penelitian ini memfokuskan pada Pengaruh Store Atmosphere dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Cake nad Shop Majestyk Cab Krakatau Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka Rumusan Masalah Sebagai Berikut :

1. Apakah store atmosphere berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada cake and shop majestyk cab.Krakatau Medan.?
2. Apakah brand images berpengaruh terhadap keputiusan pembelian pada cake and shop majestyk cab.Krakatau Medan.?
3. Apakah store atmosphere dan brand images berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada cake and shop majestyk cab.Krakatau Medan.?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai, antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian cake and shop majestyk cab Krakatau Medan.

2. Untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian cake and shop majestyk cab.Krakatau Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh store atmosphere dan brand image terhadap keputusan pembelian cake and shop majestyk cab.Krakatau Medan

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan untuk memperdalam pengetahuan tentang *Sore Atmosphere*, *Brand Image*, dan *Keputusan Pembelian*.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Bagi Unimed

Sebagai literatur kepustakaan dibidang penelitian mengenai pengaruh store atmosphere brand image dan terhadap keputusan pembelian.

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi yang menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya