

BAB I

PENDAHULUAN

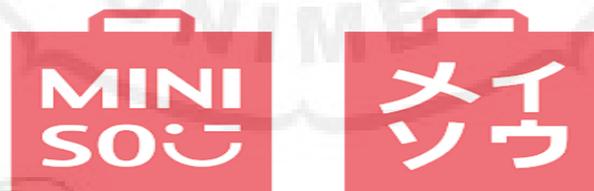
1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi pertumbuhan bisnis di Indonesia berkembang menjadi lebih modern. Banyak bermunculan merek-merek berkualitas di keluaran perusahaan ternama yang berasal dari negara-negara di luar Indonesia. Hal tersebut juga di dorong dengan terus meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat terkhususnya anak milenial yang semakin tinggi dalam mengikuti trend-trend terkini yang tumbuh sesuai dengan pertumbuhan ekonomi. Industri bisnis gaya hidup dalam beberapa tahun ke depan akan terus berkembang pesat karena dipengaruhi oleh faktor kebutuhan masyarakat dan meningkatnya pertumbuhan kelas menengah di Indonesia. Hal ini menjadikan peluang sekaligus tantangan dalam dunia bisnis, terutama dalam bisnis ritel di Indonesia. Semakin banyaknya bisnis ritel yang berkembang menjadikan konsumen semakin selektif dalam memilih atau memutuskan produk untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut Kotler dan Keller (2016: 412) salah satu aspek penting dalam keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuan menarik konsumen untuk mengenali merek produknya, salah satunya yaitu melalui desain produk tersebut. Adapun salah satu merek ternama yang berasal dari luar Indonesia yaitu merek miniso, Miniso merupakan produk yang berasal dari Cina, miniso juga termasuk

brand retail yang terinspirasi dari Jepang sebagai strategi mereka. PT. Miniso Lifestyle Trading Indonesia merupakan ritel yang menjual barang unik serta keperluan masyarakat sehari-hari mulai dari aksesoris fashion, alat kebutuhan rumah tangga hingga produk elektronik.

Miniso dikatakan sebagai usaha “*Lifestyle Branding*” karena Miniso menciptakan jenis produk baru dari dengan logo Miniso berupa gambar tas belanja yang menunjukkan sederhana tapi modis. Di zaman serba digital, Miniso juga bekerjasama dengan E-commerce seperti Lazada, JD. ID, BliBli.com, Shopee, dan Tokopedia. Miniso membuka toko resmi di e-commerce karena saat ini trend berbelanja online sangat semarak dan menyangkut para konsumen pecinta Miniso. Ditambah lagi dengan akses internet yang semakin cepat serta penggunaan smartphone yang semakin meningkat, yang memudahkan konsumen untuk berbelanja secara online.



Gambar 1. 1 Sumber : Miniso.com

Miniso dikelola oleh PT Miniso Lifestyle Trading Indonesia. Brand miniso hadir bukan dari Jepang melainkan Miniso menilai bahwa negara Indonesia merupakan salah satu pasar yang berkembang dan penting. Miniso membuka beberapa gerai di medan yang berada di Mall Sun Plaza, Mall Center Point, Thamrin, dan Medan Plaza Fair. Dalam waktu beberapa bulan, Miniso telah meresmikan gerai baru yang berada di kota Medan dan sekitarnya.

Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Menurut Kotler & Amstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari dua tahu lebih alternatif pilihan. Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Keputusan pembelian dapat dilihat dari data penjualan yang dihasilkan oleh Toko Miniso. Berdasarkan data penjualan diperoleh pada toko miniso sebagai berikut:

THE
Character Building
UNIVERSITY

Tabel 1. 1 Data Penjualan Pada Toko Miniso Sun Plaza Tahun 2017 – 2021

Tahun	Pendapatan Toko
2018	Rp 1.359.990.000
2019	Rp 1.205.780.090
2020	Rp 999.999.999
2021	Rp 1.899.999.000
2022	Rp 2.399.840.000

Sumber : Toko Miniso Sun Plaza Medan

Berdasarkan data penjualan diatas pendapatan toko mengalami fluktuatif yang artinya naik turun omsetnya pertiap tahunnya pada tahun pendapatan toko pada tahun 2018 – 2019 mengalami penurunan menjadi Rp. 1.205.780.090 lalu pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis dimana mall harus mengurangi jumlah pengunjung yang ingin berbelanja, maka dari itu miniso memasarkan produk- produknya secara online agar konsumen dapat berbelanja secara online. Dan pada tahun 2021 – 2022 pendapatan pada toko miniso sunplaza medan semakin meningkat sebesar Rp 2.399.840.000. Dikarenakan toko miniso membuat sale besar-besaran dengan harga yang relatif murah, miniso mengeluarkan semua produknya sehingga konsumen yang ikut berpartisipasi tertarik dalam membeli produknya dan kebanyakan produk yang laku dan hampir habis terbeli itu seperti parfum, tas sandang cewe dan kebutuhan sehari – hari.

Keputusan pembelian melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu nama merek sehingga timbul rasa percaya atas kebenaran tindakan yang diambil. Perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai macam variabel, dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel Produk, dan Atmosfer Toko. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah Produk. Adanya pertimbangan lain seperti produk yang ditawarkan oleh miniso untuk membuat konsumen tertarik dalam melakukan pembelian dengan suasana toko yang bersih dan nyaman serta rapi membuat konsumen langsung jatuh hati dan melakukan keputusan pembelian pada produk miniso.

Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Kemudian produk sendiri diklasifikasikan menjadi 2, yaitu barang dan jasa. Produk jasa hanya dapat dirasakan (*intangible*), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan (*tangible*). Menurut Philip Kotler (2013) Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) Kualitas produk merupakan kemampuan dari satu produk yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat dirasa memenuhikeinginan konsumen dilihat dari kinerja, daya tahan, pengoprasian produk dan lainnya. Konsumen akan melakukan keputusan pembelian pada produk yang memiliki kualitas yang lebih baik dan melakukan

perbandingan pada produk yang sejenis. Kualitas produk di Miniso terbilang cukup tinggi dan menjadi perhatian di masyarakat.



Gambar 1. 2 Sumber : <https://MinisoSunplazaMedan.com>

Dalam penelitian ini peneliti telah mengamati produk yang bermasalah atau menurunnya tingkat pembelian pada dua produk yaitu tas totebag dan jam tangan karakter. Kedua produk tersebut memiliki tingkat minat pembelinya sangat kurang di dibandingkan dengan produk lain di miniso, karena meneliti dapat melihat desain tas totebag miniso kurang menarik dan model dari tas totebag juga kurang mengikuti trend hanya seperti tas biasa yang tidak bermotif serta bebentuk dibandingkan tas totebag di toko lainnya. Selain tas totebag miniso adapula jam tangan karakter yang dimana jam tangan tersebut mengikuti trend akan tetapi jam tangan berakaraker ini kurang minat pembelinya karena jam tersebut tidak modis dan terlihat simple jam karakter ini bahannya seperti magnet yang di rekatkan di

pegelangan tangan jam ini berbentuk seperti film kartun yang disukai anak-anak tidak semua dikalangan anak muda menyukai jam tangan tersebut. Kedua produk tersebut mempengaruhi keputusan pembelian pada miniso sunplaza.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2019) menyatakan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk, semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Atmosfer Toko (suasana toko) merupakan salah satu strategi yang penting dalam hal menciptakan suasana yang nyaman, dapat menimbulkan kesan yang baik, dan akhirnya akan mempengaruhi emosi konsumen untuk berbelanja atau ditempat tersebut. Strategi atmosfer toko mempunyai dampak yang sangat besar dalam mempengaruhi suasana hati konsumen, yang pada akhirnya diharapkan dapat menumbuhkan minat dalam membeli. Desain toko yang tepat dapat mengubah orang dari yang sekedar melihat-lihat mempunyai minat ingin membeli. Atmosfer toko merupakan salah satu aspek penting untuk menarik perhatian dan minat konsumen pada toko dan mendorong keinginan untuk membeli melalui daya tarik penglihatan langsung. Agar konsumen atau pelanggan merasa betah, maka diperlukan atmosphere atau suasana yang menarik dengan menciptakan daya tarik penataan ruang dan penempatan produk pada toko, sehingga timbul minat beli konsumen untuk membeli barang tersebut.

Pada atmosfer toko terhadap kedua produk miniso yaitu tas totebag dan jam tangan karakter, kedua barang tersebut sangat susah dijangkau atau dilihat oleh pembeli karena tata letak kedua produk ini mengalihkan pembeli yang ingin

melihat, maka dari itu hubungan pada atmosfer toko terhadap kedua produk miniso yang di mana dari sudut perletakkan barang yang tidak beraturan ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko miniso sunplaza medan.

Atmosfer Toko merupakan strategi yang tersusun secara baik oleh ritel modern untuk memikat pelanggan agar nantinya seorang pelanggan tertarik untuk berkunjung ke dalam toko tersebut serta melaksanakan suatu pembelian. Penerapan serta penyusunan strategi oleh toko ritel akan mempengaruhi perilaku berbelanja seorang konsumen. Pengertian Store Atmosphere menurut Kotler (2016:65) adalah suasana (*atmosphere*) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda baik itu kotor, menarik, megah, dan suram. Konsumen yang terangsang dari strategi yang diterapkan oleh toko dan akhirnya akan melakukan pembelian. Berikut Komentar yang didapat peneliti dari Rating google pada toko Miniso di Sun Plaza Medan.



Gambar 1. 3 Sumber : <https://maps.app.goo.gl/mdk9R71yNBCjbSek9>

Dari beberapa komentar yang dimuat di akun google Miniso Sun Plaza Medan ditemukan beberapa komentar baik positif maupun negatif hal ini berarti beragam sudut pandang tentang atmosfer toko miniso tersebut. Dengan adanya komentar yang diberikan konsumen hal tersebut tentu saja dapat membantu toko untuk mencapai tujuannya yaitu mempengaruhi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian dan pada saat konsumen melakukan keputusan pembelian dapat menaikkan omset penjualan toko. Penggunaan strategi yang tepat meliputi desain bagian dalam toko dan luar toko dalam menarik konsumen yang berkunjung ke Miniso sangat penting diperhatikan. Kemudian konsumen akan memasuki toko dan membeli produk oleh konsumen akan besar. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dalam beberapa pekan peneliti mengamati bahwa toko Miniso si Sun Plaza tergolong toko yang kecil tata letak di miniso ini tidak begitu luas dan cenderung lebih sempit sehingga para pelanggan tidak leluasa untuk berlalu lalang untuk melihat dan memilih produk. Pada saat terjadi flash sale keputusan pembelian yang dilakukan konsumen meningkat hal itu membuat toko menjadi ramai namun karna kondisi toko yang kecil membuat toko menjadi kurang nyaman.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Levy & Weitz (2012) menyatakan bahwa Atmosfer toko berpengaruh positif pada desain lingkungan seperti pencahayaannya, musik, dan aroma untuk meningkatkan daya tarik konsumen agar merasa nyaman hal ini mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas lebih jauh tentang **“Pengaruh Produk dan Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Miniso di SunPlaza Medan”**.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Adanya beberapa produk tas totebag dan jam tangan karakter miniso kurangnya desain bentuk pada produk tersebut sehingga mempengaruhi keputusan pembelian pada toko Miniso Sunplaza Medan.
2. Banyaknya keluhan dari konsumen mengenai suasana dan tataletak dalam toko Miniso Sunplaza Medan.
3. Terjadinya fluktuatif pendapatan pada toko Miniso Sunplaza Medan

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka untuk membatasi ruang lingkup permasalahan agar kegiatan penelitian terarah dan tidak meluas.

Maka permasalahan dibatasi hanya pada variabel yang diteliti saja yaitu : **“Pengaruh Produk dan Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian Pada**

Miniso di Sun Plaza Medan”.

1. Produk
2. Atmosfer Toko
3. Keputusan pembelian

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka akan menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Apakah produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko miniso sunplaza Medan?
2. Apakah atmosfer toko berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko miniso sunplaza Medan ?
3. Apakah produk dan atmosfer toko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada toko miniso sunplaza Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pada toko miniso sunplaza medan
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian pada toko miniso sunplaza medan
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh produk dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian pada toko miniso sunplaza medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian, yaitu:

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis dari teori dan kenyataan dalam praktek. Dalam teori berarti penguasaan penulis terhadap pengetahuan yang diperoleh dan dipelajari selama perkuliahan.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat bagi perusahaan dan dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan dalam strategi pemasaran yang lebih baik lagi.

3. Bagi Lembaga Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan literature kepustakaan di bidang penelitian pemasaran khususnya mengenai produk dan atmosfer toko.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya.