

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman kebutuhan konsumen semakin meningkat, dimulai dari barang barang kebutuhan, keinginan hingga barang barang mewah atau *branded*. Diindonesia sudah banyak sekali toko toko yang menyediakan barang barang *good quality* dengan *display* serta *store atmosphere* yang dapat membuat konsumen melakukan *impulsive buying*. Tujuannya untuk proses nilai tambah dalam menyampaikan produk yang *good quality* serta *inovatif*. Ekonomi diindonesia sudah berkembang semakin pesat sehingga persaingan antar perusahaan juga semakin ketat. Saat ini begitu banyak kemajuan yang terjadi. dari segi teknologi perdagangan juga dapat dilakukan melalui online di media sosial terutama untuk menjual barang barang *branded* dengan memperlihatkan bahwa barang tersebut sering dipakai oleh selebriti atau *publik figur*.

Sudah banyak bisnis *fashion* yang ada diindonesia, karena dengan perkembangan zaman serta gaya hidup seseorang yang makin hari makin memperhatikan *style*. Tidak hanya *style* saja namun juga kualitas serta merek barang tersebut. terutama baju agar konsumen merasa puas dengan baju yang ia kenakan serta aktualisasi diri. Contohnya seorang dosen atau karyawan yang bekerja diperusahaan besar serta memiliki jabatan yang tinggi biasanya mereka

selalu memilih baju *branded* karena mereka mampu membeli serta untuk menyatakan dirinya juga berada dikalangan masyarakat ekonomi kelas atas.

Saat ini indonesia telah banyak membuka toko baju *branded* diberbagai provinsi, bahkan toko *branded* tersebut banyak tertelak di tengah-tengah kota setiap provinsi. Pusat perbelanjaan diseluruh wilayah indonesia banyak terletak ditempat strategis. tujuannya untuk memudahkan konsumen dalam menemukan atau mencari barang yang dibutuhkan sehingga terciptalah kepraktisan serta memudahkan pedagang melakukan transaksi jual beli demi tercapainya keuntungan. Bahkan sampai saat ini begitu banyak *fashion* anak muda yang berkembang ke berbagai wilayah indonesia dengan model pakaian modis untuk pria dan wanita. Biasanya desain yang telah terpakai dan terjual pada *clothing brand* lokal ini tidak diproduksi lagi karena untuk menjaga eksklusivitas tetap terjaga dan digemari pembeli. Bisnis *fashion* menjual berbagai jenis pakaian terkini dengan meraih peluang serta investasi yang banyak dilirik oleh para pengusaha. Khusus pada anak anak muda yang mempunyai idealisme tinggi dalam berkarya.

Dunia bisnis disumatera barat memiliki potensi pasar yang masih besar, dilihat dari berbagai unit usaha tempat belanjanya yang selalu menomorsatukan kenyamanan. Selain itu sumatera barat juga banyak membuka toko baju atau barang *branded*. Sumatera barat mengembangkan ritel khas daerah bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Saat ini perkembangan dunia usaha khususnya toko toko barang *branded* berpeluang besar di Sumatera Barat karena melihat permintaan, dan minat beli serta gaya hidup anak muda zaman

sekarang sangat *stylish* dan *elegant*. Baik pria maupun wanita dikalangan mahasiswa atau remaja sangat suka dengan barang *branded* dan berkualitas baik sebagai *fashion* bagi mereka untuk menjadi sesuatu kepercayaan diri serta aktualisasi diri dalam pergaulan.

Sumatera barat merupakan salah satu tempat yang tergolong cukup besar untuk membuka usaha bisnis barang yang memiliki *good quality* dengan berbagai *store atmosphere* yang *inovatif* serta memiliki desain menarik karena anak muda zaman sekarang lebih suka belanja ditoko yang *store atmosphere* nya memiliki kenyamanan seperti ruangan ber AC, Wangi, pencahayaan yang terang serta pendisplayan yang menarik sehingga minat beli dapat dilakukan secara tiba tiba. Saat ini Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki peluang besar dalam mendirikan toko barang *branded*. Karena selain lokasi yang tersedia luas masyarakat Sumatera Barat juga banyak yang menggemari berbelanja barang yang berkualitas baik. Terutama anak muda yang suka nongkrong atau berbelanja ditoko dan bisa untuk berfoto foto

Kota padang salah satu daerah maju diindonesia. Wilayahnya tergolong besar selain pusat perekonomian, kota Padang juga sebagai ibukota provinsi Sumatera Barat. Dilihat dari kondisi tersebut maka banyak sekali peluang bisnis yang tercipta baik itu sektor kuliner, perdagangan hingga jasa. Kota Padang merupakan daerah yang terkenal dengan bisnis dagangannya. Salah satu usaha bisnis yang dibuka ialah toko Queensland dimana toko tersebut menjual baju perempuan dengan merek *branded* kualitas baik serta desain yang unik.

Queensland merupakan pusat perbelanjaan yang menjual pakaian wanita, *accecories*, hijab, tas dengan kualitas baik serta memiliki ciri feminim. Yang terletak di jalan Pattimura No. 20, kp. Jao, Kec Padang Barat, kota Padang Sumatera Barat. Queensland sudah berdiri dikota padang sejak tahun 2018 yang telah tersebar diseluruh indonesia seperti tasikmalaya dan pekalongan Queensland bagian dari PT. Aditya Mandiri Sejahtera yang merupakan *fashion branded* dengan mengembangkan metode terintegrasi vertikal, diseluruh bagian proses produk. Dimana seluruh proses dimulai dari desain, produksi, distribusi hingga penjualan dikelola secara langsung dengan memiliki fasilitas pabrik sehingga dapat mengontrol dan meningkatkan kualitas desain, serta menciptakan harga yang kompetitif sehingga menjadi pelopor ritel nomor satu di indonesia dengan minat beli yang tinggi pada konsumen.

Store atmosphere toko Queensland lebih banyak dominan warna pink karena merupakan tema dari toko tersebut yaitu *feminime, chic and classy*. Pendisplayan bajunya sesuai dengan warna dan ukuran agar memudahkan konsumen dalam mencari baju sesuai dengan yang mereka inginkan. *Fashion* ini menyediakan kualitas baju, tas, hijab import dan lokal yang bersaing didunia fashion internasional hingga kemancanegara. Perbedaan produk baju Queensland dari produk lainnya yaitu dari model bajunya yang banyak menjual dengan desain polos serta *elegant*. Queensland mempunyai cara yang baik dalam menarik perhatian konsumen agar dapat membeli secara tiba tiba, dengan memberikan *costumer service excellen*, serta menerapkan budaya 5s senyum, salam, sapa, sopan dan santun.

Saat ini Queensland sudah banyak dikenal oleh masyarakat terutama anak muda yang menggemari produk *fashion branded*. Toko ini mencoba untuk mengeluarkan konsep atau desain kreatif agar tampak berbeda dari pesaingnya. Queensland mengeluarkan tema *fashion* yang berbeda beda setiap bulan agar konsumen yang datang tidak merasa bosan dan Queensland setiap bulan mengadakan diskon untuk menarik perhatian konsumen agar loyal terhadap produknya. Toko ini selalu mengeluarkan produk terbarunya sesuai dengan trend masa kini, Queensland juga lebih banyak memproduksi *fashion* baju berwarna pastel karena sesuai dengan tema serta desain setiap *store atmosferenya*. Dan juga memiliki ciri khas *chic and classy* dengan baju baju desain polos yang *elegant* serta *good quality*

Impulsive buying merupakan dimana konsumen melakukan pembelian secara tiba tiba dan awalnya tidak ada rencana untuk membeli pada akhirnya konsumen tersebut membeli produk karena ada dorongan yang kuat untuk membeli sesuatu dengan segera. (Widodo, 2017) menyatakan bahwa konsumen melakukan pembelian didalam toko berbeda dengan apa yang telah direncanakan.

Display produk adalah penataan barang yang bertujuan untuk menarik minat konsumen dalam pembelian serta dapat memudahkan konsumen dalam mencari dan memilih barang yang ia butuhkan. (Pontoh, 2017) keinginan membeli sesuatu tidak didorong oleh seseorang melainkan dari daya tarik, penglihatan ataupun perasaan lainnya.

Store atmosphere adalah salah satu unsur *retail marketing mix* untuk memberitahu dan mendorong konsumen agar datang ketoko untuk membeli

barang. (Rosyida, 2016) menyatakan bahwa suatu unsur dalam *retail marketing mix* dengan tujuan untuk menarik dan mendorong konsumen agar datang ketoko untuk membeli barang.

Minat beli adalah pengintegrasian yang dilakukan untuk mengkombinasikan serta mengevaluasi beberapa perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Wijaksana & Alivia, 2019).

Tabel 1.1

Data penjualan Toko Queensland April-September 2018

Bulan	Jumlah	Nota Quantity	Rp	%
April	540	440	239.199.200	92%
Mei	1.153	1.053	672.501.000	86,22%
Juni	546	496	257.377.700	51,48%
Juli	476	496	161.973.100	85,25%
Agustus	476	412	155.987.600	77,99%
September	401	361	155.437.600	70,65%
Jumlah	4.968	3.258	1.642.476.200	463,59%

Sumber: Toko Queensland Kota Padang

berdasarkan dari tabel diatas bahwa volume penjualan *fashion* dan barang *branded* ditoko Queensland mengalami naik turun setiap bulan. Pada bulan April jumlah 540 dengan 92% seharga Rp. 239.199.200, bulan Mei mengalami kenaikan sejumlah 1.153 dengan 86,22% Rp. 672.501.000, pada bulan Juni mengalami penurunan sejumlah 546 dengan 51,48% Rp. 257.377.700, selanjutnya bulan Juli dan Agustus dengan jumlah yang sama yaitu 476 dengan persentase berbeda dimana bulan Juli dengan 85,25% Rp. 161.973.100 sedangkan di bulan Agustus 77,99% Rp. 155.987.600. terakhir pada bulan September mengalami penurunan lagi sejumlah 401 dengan 70,65% Rp. 155.437.600.

Dapat dilihat dari data penjualan Toko Queensland bahwa penjualan meningkat lebih dari 50% dilihat dari kondisi ini toko Queensland mengalami persentase penjualan yang tidak stabil karena dari persentase penjualan ada beberapa mengalami kenaikan dan penurunan. Oleh karena itu produk *fashion* dapat bersaing dan diminati oleh konsumen. Mengacu dari data penjualan toko Queensland tidak jauh beda perbandingannya dengan toko *branded* lainnya seperti Adidas dan dari data penjualan pada bulan mei 2018 mendapatkan persentase terbesar dari jumlah pembelian *fashion*. Selanjutnya september 2018 mengalami jumlah yang sedikit dalam pembelian hal ini dapat berpeluang pesaing untuk memasuki pasar dan mencari kelemahan toko Queensland tersebut.

Dari fenomena diatas, terindikasi bahwa terjadinya fluktuasi Pada penjualan *fashion branded* toko Queensland disinyalir disebabkan oleh *Display Produk*, *Store Atmosphere* dan Minat Beli tersebut terhadap *Impulsive Buying* dapat dilihat dari berbagai penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh (Jorie dkk, 2019) Menyatakan bahwa *store atmosphere* adalah variabel yang mempengaruhi serta menciptakan *positif emotion* terhadap *impulsive buying*.

(Rosyida, 2016) pengaruh *store atmosphere* terhadap *impulsive buying* juga saling berpengaruh karena *store atmosphere* merupakan salah satu faktor yang bisa membuat membeli secara *impulsive buying* karena adanya pecahayaannya yang terang, musik, wangi wangi serta kenyamanan dalam toko.

(Fariany & Rusniaty, 2017) menyatakan bahwa display toko berpengaruh secara simultan terhadap *impulsive buying*. (Roring dkk, 2017) pengaruh *store atmosphere* terhadap *impulsive buying* dapat dinyatakan bahwa seluruh hipotesis diterima

Melihat kondisi yang mengalami penjualan naik turun maka akan membuat data penjualan Toko Queensland tidak stabil setiap bulan disinyalir disebabkan oleh variabel bebas *Display Produk* dan *Store Atmosphere*. Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas, penulis bermaksud melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“PENGARUH DISPLAY PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA TOKO QUEENSLAND KOTA PADANG).**

1.2 Identifikasi Masalah

1. *Display Produk* Toko Queensland tidak menarik.
2. Promosi yang kurang dari Toko Queensland.
3. Kurangnya inovasi produk terutama tas dan hijab pada Toko Queensland.

4. *Store Atmosphere* yang kurang memadai dari segi pencahayaan dan wangian.
5. Desain Toko Queensland kurang menarik bagi konsumen.
6. Kurangnya minat beli karena produk *fashion* yang terbaru tidak banyak.
7. Untuk *display produk* pakaian kurang lengkap karena ukuran yang tidak banyak.
8. Tempat pembayarannya tidak tersedia di lantai 1 sehingga konsumen harus ke lantai 2 untuk membayarnya.
9. Tidak adanya cabang lain dikota Padang.
10. Minimnya ketersediaan ragam produk di Toko Queensland Kota Padang

1.3 Batasan Masalah

Melihat luasnya ruang lingkup yang akan dibahas serta keterbatasan waktu dan agar penelitian ini lebih fokus tidak menyimpang dari apa yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan yang ada dengan Variabel Dependen *Impulsive Buying* (Y), Variabel Intervening Minat Beli (Z), dan Variabel Independen yaitu *Display Produk* (X1) dan *Store Atmosphere* (X2). Dengan objek penelitian Toko Queensland.

1.4 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Display Produk* terhadap Minat Beli Toko Queensland Kota Padang?

2. Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Toko Queensland Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *Display Produk* terhadap *Impulsive Buying* Toko Queensland Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Impulsive Buying* Toko Queensland Kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh Minat Beli terhadap *Impulsive Buying* Toko Queensland Kota Padang?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk menganalisis dan mengestimasi diantaranya sebagai berikut :

1. Pengaruh *Display Produk* terhadap Minat Beli Toko Queensland Kota Padang.
2. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Toko Queensland Kota Padang.
3. Pengaruh *Display Produk* terhadap *Impulsive Buying* Toko Queensland Kota Padang.
4. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Impulsive Buying* Toko Queensland Kota Padang.
5. Pengaruh Minat Beli terhadap *Impulsive Buying* Toko Queensland Kota Padang.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Sebagai implementasi ilmu Pemasaran yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

2. Bagi Toko Queensland

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan *fashion branded* dengan memperhatikan *Display Produk* dan *Store Atmosphere* agar mendapat *Impulsive Buying* pada konsumen sehingga mampu memberikan ketertarikan konsumen akan produk yang di produksi dan yang akan di pasarkan serta untuk dapat bersaing dengan kompetitor lain. Juga sebagai bahan pertimbangan untuk Toko Queensland dalam melakukan pengambilan keputusan untuk tercapainya tujuan dari Toko Queensland.

3. Bagi Pembaca

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan serta sebagai bahan bacaan yang bermanfaat. Selain itu juga dapat sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama