

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan usaha bisnis untuk masa-masa penglobalisasi sekarang inilah memiliki banyak sekali pilihan sektor untuk memulai suatu usaha. Kondisi persaingan bisnis saat ini menuntut setiap pengusaha dapat bertahan dan bersaing dengan pesaingnya.¹ Bisnis suatu usaha maupun kegiatan yang dilakukan individu maupun kelompok yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan.² Adanya bisnis yang berada berdampingan dimasyarakat menjadikan sangatlah penting, rakyat makin pandai dalam melakukan pembelian sekaligus memilih tempat membeli. Perubahan pola masyarakat dalam berbelanja dan cara pandang konsumen yang berubah mengenai berbisnis menjadikan persaingan diantara banyaknya perusahaan dapat memenangkan dari persaingan yang tercipta. Perubahan cara pandang konsumen dalam berbisnis menjadikan perusahaan selalu berinovasi sehingga dapat bersaing dan tetap bertahan dalam persaingannya.³

Bisnis yang berkembang pesat saat ini ialah bisnis makanan, hal ini menjadikan adanya pengusaha-pengusaha baru. Bisnis kuliner sangat dibutuhkan masyarakat, karena setiap harinya masyarakat membutuhkan makanan. Pertumbuhan bisnis kuliner tersebut terjadi dikota Kudus, berbagai jenis bisnis kuliner berbahan utamanya ayam seperti halnya jank-jank wings, geprek fresh, ramboo chicken dan istana ayam. Istana ayam merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner produk utamanya berbahan daging ayam.

Keputusan belanja konsumen berawal dari dengan kepingin ngerti membeli yang timbul dari beberapa faktor yang berpengaruh dari keluarga, kerabat, harga atau keuntungan dari produk atau jasa.⁴ Terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, seperti halnya mengenai lokasi toko,

¹Agustini Tanjung, “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa* Vol. 05 No. 03 – Desember (2020): 1.

²Basrowi, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), 1.

³Ida Bagus Ary Upadhana dan Ni Made Rastini, “Pengaruh Atmosfer Toko, Kualitas Pelayanan Kelengkapan Barang Dan Kewajaran Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Toko Painluva Seminyak Bali”, *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Bali*, Indonesia: 1242.

⁴Agustini Tanjung, “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”, 3.

tergolong jauh atau dekat. Menurut Levy and Weitz lokasi yaitu “Perencanaan, pelaksanaan dan tindakan program penyaluran produk maupun jasa pada tempat atau lokasi yang tepat”.⁵ Pemilihan lokasi merupakan hal yang sangat penting dalam keputusan pembelian. Pemilihan lokasi yang strategis, dekat dengan konsumen, kemudahan akses oleh pelanggan sehingga mudah untuk dijangkau oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya.⁶

Selanjutnya faktor lain yang berpengaruh untuk keputusan pembelian yakni suasana toko (*store atmosphere*). Menurut Levy & Weitz dalam Lily Harlina Putri “*store atmosphere* bertujuan untuk menarik perhatian pengunjung atau konsumen, memudahkan mereka untuk mendapatkan barang yang dicari, mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian, memberikan kepuasan dalam berbelanja”.⁷ Bagi konsumen dalam memilih tempat untuk menikmati makanan mempertimbangkan kenyamanan sebelum memutuskan untuk datang ke lokasi. Bahkan tidak sedikit konsumen yang memilih makan diluar daripada makan dirumah hanya untuk menikmati suasana toko yang bersangkutan. Menurut Kotler bahwa identitas toko dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko, hiasan toko, secara lebih luas pada *astmosphere* nya. Hal ini dapat dijadikan dorongan untuk menggunakan jasa maupun membeli barang yang ada di toko tersebut.⁸ Dengan pengaturan *store atmosphere* yang bagus sehingga tertanam ingatan baik menciptakan kenyamanan bagi para konsumen, sebaliknya jika pengaturan *store atmosphere* itu buruk, dapat menjadikan ingatan para konsumen tidak akan mengunjunginya lagi.

Istana ayam kudus tepatnya di alamat barongan yang menyediakan menu makanan khususnya berbahan ayam, mengenai menu makanan meliputi paket hemat 4 meliputi nasi + ayam geprek (dada, paha, atas) + es teh, paket hemat 3 meliputi nasi + ayam

⁵ Akhmad Husein, Dkk., “Pengaruh Lokasi Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember”, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 4 No. 2 Desember (2018): 133.

⁶ D. Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 245.

⁷ Masrul & Okta Karneli, “Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Texas Chicken Plaza Citra Pekanbaru)”, *Jurnal Jom Fisip* Vol. 4 No. 2 – Oktober (2017): 01.

⁸ Resti Meldarianda, “Pengaruh Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung”, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, September (2010): 99.

geprek (paha, ayam) es teh, paket hemat 2 meliputi nasi + ayam goreng (ayam goreng (dada, paha atas) + es teh, paket hemat 1 meliputi nasi + ayam goreng (paha, sayap) + es teh, olahan ayam, nasi goreng, mie goreng, steak ayam, dan snack.⁹ Lokasi istana ayam kudu yaitu sekitaran simpang 7 Kudus, tepatnya Jl. Gatot Subroto No. 5, Barongan, Kecamatan Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah.

Penelitian mengenai putusan pembelian telah dilaksanakan oleh peneliti-peneliti sebelumnya untuk dijadikan acuan dan perbandingan dalam penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilaksanakan oleh Akhmad Husen, Seno Sumowo, Akhmad Fahrur Rozi (2018), Basuki Sri Rahayu, Oktavianus Aditia Saputra (2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Husen, Seno Sumowo, Akhmad Fahrur Rozi yang berjudul “Pengaruh lokasi, citra merek dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen mie ayam solo bangsal jember, hasil analisis dapat diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan antara lokasi, citra merek, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen mie ayam Solo Bangsal Jember”.¹⁰

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Basuki Sri Rahayu, Oktavianus Aditia Saputra yang berjudul pengaruh *store atmosphere*, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pakaian di Throox store Solo, hasil analisis dapat diketahui bahwa harga dan lokasi berpengaruh positif, sedangkan *store atmosphere* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian pakaian di Throoc store Solo.¹¹

Lokasi Istana Ayam Barongan Kudus berada di belakang Ramayana Kudus, yang sekitarnya terdapat berbagai toko kuliner diantaranya Sultan *Fried Chicken*, KFC Ramayana Kudus, Pada saat ini di daerah Kudus banyak bermunculan bisnis kuliner yang bahan utamanya adalah ayam, sehingga persaingan yang semakin ketat perlu adanya inovasi-inovasi yang signifikan dari perusahaan baik dari segi rasa makanan, pelayanan, maupun keindahan ruangan terlebih lokasi toko saat ini berdekatan dengan toko kuliner Sultan

⁹ PT. Berkah Istana Ayam, diakses pada 12/09/2021, <https://www.ptberkahistanayaaminonesia.co.id/?m=1>

¹⁰ Akhmad Husein, Dkk., “Pengaruh Lokasi Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember”, 1239-140.

¹¹ Basuki Sri Rahayu & Oktavianus Aditia Saputra, “Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Throoc Store Solo”, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 6, No. 1 (2018): 61.

Fried Chicken, KFC Ramayana Kudus. Berdasarkan dari survey awal di Istana Ayam Barongan Kudus yang kurang mempunyai lahan luas untuk parkir motor, terlebih lagi mobil karena posisi lokasinya yang di pinggir jalan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dari uraian diatas, maka penulis ingin melakukan suatu penelitian sejauhmana lokasi toko dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus. Oleh karena itu, periset ingin mengerti lebih jauh tentang **“Pengaruh Lokasi Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Istana Ayam Barongan Kudus)”**.

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus?
3. Apakah lokasi dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Peneliti
Memperkaya ilmu pengetahuan dan pengetahuan untuk periset di bidang pemasaran yang terdiri dari posisi, *store atmosphere*, dan keputusan pembelian.
2. Untuk Perusahaan
Selaku bahan buat acuan serta pertumbuhan untuk industri dalam upaya buat mengambil sesuatu kebijakan.

3. Untuk Akademisi

Selaku bahan acuan menekuni ilmu pengetahuan secara teoritis serta praktisi, dan jadi bahan pembandingan untuk periset lain yang hendak mempelajari perihal seragam sehingga jadi lebih efisien.

E. Sistematika Penelitian

Buat memudahkan periset dalam penataan skripsi ini, dan memudahkan pembaca dalam menguasai skripsi ini. Ada pula sistematika ulasan dalam skripsi ini merupakan selaku berikut:

1. Bagian Awal

Bagian dini ini terdiri dari taman judul, taman nota pembimbing, taman pengesahan, taman statment, taman motto, taman persembahan, taman kata pengantar, taman abstrak, taman catatan isi, taman catatan tabel, serta taman catatan foto.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini terdiri dari 5 bab, dimana antara bab I dengan bab yang lain silih berhubungan. Kelima bab itu diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Balik Permasalahan, Rumusan Permasalahan, Tujuan Riset, Khasiat Riset, serta Sistematika Penyusunan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi menimpa kerangka teori, jajak pustaka, kerangka riset, serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab tata cara riset ini berisi tentang variabel yang digunakan, penentuan populasi serta sample, tipe serta sumber informasi, definisi operasional variabel, tata cara pengumpulan informasi, serta tata cara analisis yang digunakan dalam riset.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menguraikan deskripsi serta objek riset, dan analisa informasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini menarangkan kesimpulan serta anjuran riset yang sudah dicoba oleh periset.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir meliputi catatan pustaka, serta lampiran-lampiran.