

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dakken Coffee & Steak didirikan pada tahun 1930-an. Bangunan yang dulunya adalah tempat tinggal resmi digunakan sebagai restoran pada tahun 2000 dengan dominan warna coklat dan abu-abu serta ornamen yang khas membuat suasana semakin mirip dengan zaman aslinya dahulu. Arsitektur bangunan Dakken Coffee & Steak merupakan warisan zaman kolonial. Ornamen asli Belanda tampak di setiap sudut bangunan baik tampak luar dan dalam, seperti jendela dan pintu yang membuat pengunjung merasa kembali ke masa pendudukan penjajah namun dengan suasana yang lebih *friendly* karena Dakken Coffee & Steak mengedepankan kenyamanan dan kepuasan pelanggan yang sekadar ingin bernostalgia atau merasakan nikmatnya santai di tempat bernuansa zaman dahulu.



Gambar 1.1
Logo Perusahaan

Dakken Coffee & Steak yang berlokasi di Jalan L.L.R.E. Martadinata No. 67 Bandung mempunyai kapasitas untuk 150 orang. Pada saat *weekdays* Dakken Coffee & Steak buka dari pukul 11.00 sampai dengan pukul 22.00 sedangkan pada *weekends* buka dari pukul 11.00 sampai dengan pukul 23.00.

Dakken Coffee & Steak memiliki area yang cukup luas terdiri dari ruang *indoor* dan ruang *outdoor* ditunjang dengan banyak sofa dan kursi-kursi kayu serta penerangan yang cukup menjadikan suasana sangat nyaman.

Untuk area *indoor*, dibagi-bagi menjadi ruangan-ruangan yang dapat dipakai untuk rapat, pertemuan, konferensi dan lain sebagainya. Sedangkan area *outdoor*, disusun dari gazebo-gazebo yang terdiri atas satu gazebo utama sebagai tempat meja-meja kecil untuk perseorangan dan tiga gazebo tambahan untuk rombongan sekitar enam sampai delapan orang.

1.2 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan ibukota provinsi Jawa Barat, dimana termasuk dalam salah satu kota terbesar di Indonesia. Tingginya kreativitas sumber daya manusia, menjadikan Kota Bandung sebagai barometer pertumbuhan industri kreatif di tingkat nasional. Pada saat ini perkembangan ekonomi kreatif di Kota Bandung menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal tersebut yang menjadi faktor pendorong terjadinya persaingan dalam dunia bisnis sehingga mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus-menerus improvisasi dan inovasi produk.

Kota Bandung dikenal sebagai tujuan potensial wisata yang menawarkan berbagai macam pilihan hiburan wisata. Mulai dari wisata sejarah, wisata alam, wisata belanja, hingga wisata kuliner.

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang marak ditawarkan di Kota Bandung. Saat ini banyak terdapat *cafe-cafe*, namun perubahan gaya hidup, selera dan tata cara dalam menikmati atau mengkonsumsi makanan pada masyarakat khususnya Kota Bandung, membawa banyak pengusaha kuliner kepada ide-ide baru mengenai *cafe* yang dianggap lebih modern dan akan lebih disukai.

Tabel 1.1

Jumlah Cafe yang ada di Bandung

Tahun	2008	2009	2010	2011	2012
Jumlah	415	431	439	512	590

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung

Harga, kualitas dan pelayanan tidak lagi menjadi bahan pertimbangan utama bagi para penikmat kuliner, saat ini *atmosphere* (suasana) menjadi faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap. Suasana yang nyaman dan *homey* menjadi bahan pertimbangan sendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi *cafe* tertentu. Bahkan tidak sedikit konsumen yang lebih memilih makan di sebuah *cafe* daripada makan di rumah dengan alasan menyukai *atmosphere* (suasana) pada *cafe* tersebut.

Salah satu *cafe* yang hadir diantara banyaknya *cafe* yang ada di Kota Bandung adalah Dakken Coffee & Steak. Dakken Coffee & Steak memiliki segmen pasar utama kalangan menengah keatas karena menu yang ditawarkan sebagian besar khas gaya Eropa. Dekorasi Dakken Coffee & Steak didominasi warna cokelat dan abu-abu serta ornamen asli Belanda yang tampak di setiap sudut bangunan baik tampak luar maupun dalam. Arsitektur bangunan Dakken Coffee & Steak merupakan warisan zaman kolonial, hal tersebut yang memberikan kesan suasana zaman dahulu.

Dari beberapa pilihan *cafe* yang ada, banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih *cafe* tertentu. Masing-masing konsumen memiliki harapan yang berbeda. Harapan yang dimiliki seorang konsumen belum tentu akan mendorong konsumen yang bersangkutan untuk melakukan pembelian. Harapan tersebut harus mampu distimulir sehingga timbulnya tekanan untuk segera mewujudkannya dalam bentuk tindakan pembelian. Terdapat bermacam-macam faktor yang dapat menjadi stimulus, antara lain adalah *store atmosphere*. Dengan kata lain, *store atmosphere* bisa mempengaruhi perasaan atau *mood* dari para konsumen yang berkunjung sehingga tertarik untuk melakukan keputusan pembelian.

Menurut Levy dan Weitz (2012:613) *store atmosphere* adalah kombinasi dari karakteristik toko (seperti arsitektur, tata letak, tanda-tanda dan *displays*, warna, pencahayaan, suhu, suara, dan bau), yang bersama-sama membuat gambar dalam pikiran pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:226) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan

pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Hasil penelitian dari Turley dan Milliman (2000) Western Kentucky University membuktikan bahwa suasana dapat mempengaruhi ketika konsumen berada di dalam ruangan dan mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian.

Dari uraian di atas, maka Dakken Coffee & Steak juga melakukan beberapa inovasi untuk menarik konsumennya agar melakukan kunjungan yang kemudian diharapkan melakukan pembelian. Salah satu cara inovasi yang dilakukan *cafe* ini adalah penciptaan suasana atau *store atmosphere* dengan pemberian hiasan-hiasan di dalam *cafe*, pewarnaan dinding, pencahayaan yang cukup dan masih banyak yang lainnya. Kesemuanya itu, untuk menciptakan kenyamanan di dalam *cafe* agar konsumen merasa nyaman saat berkunjung ke Dakken Coffee & Steak.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh *store atmosphere* yang diciptakan Dakken Coffee & Steak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dakken Coffee & Steak Bandung”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah *store atmosphere* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Dakken Coffee & Steak Bandung?
2. Apakah *store atmosphere* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Dakken Coffee & Steak Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Dakken Coffee & Steak Bandung.
2. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Dakken Coffee & Steak Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh perusahaan untuk pengambilan kebijakan strategi pemasaran untuk mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu juga sebagai salah satu sumber informasi yang berguna bagi perusahaan, khususnya yang nantinya diharapkan akan bermanfaat dalam membantu evaluasi program dan kegiatan pemasaran perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengaplikasikan ilmunya secara langsung dengan menghadapi kondisi secara nyata di lapangan dan dapat mengasah kemampuan penulis untuk melakukan penelitian secara ilmiah, serta dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan wawasan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika skripsi bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai isi skripsi ini agar jelas dan terstruktur, maka di bawah ini disajikan secara garis besar sistematika skripsi, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Berisi tentang landasan tinjauan pustaka penelitian yaitu konsep-konsep yang akan diteliti sebagai kerangka teori, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.