BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis di era globalisasi ini menjadi sebuah tantangan bagi setiap dunia usaha untuk meningkatkan kinerja dan kualitas bisnisnya agar dapat bertahan dalam persaingan seperti saat ini. Perubahan seperti teknologi, ekonomi dan kondisi situasi pasar makin terlihat nyata hampir di setiap sektor industri. Salah satu cara agar dapat merebut pangsa pasar tersebut adalah dengan mempertahankan pelanggan yang ada

Perubahan ekonomi dan kondisi sosial tersebut telah merubah pula sikap dan tingkah laku konsumen. Pemilihan akan produk telah menjadi posisi tertinggi dalam pemasaran, konsumen tidak lagi hanya mengharapkan kualitas yang tinggi dari produk itu sendiri, tetapi juga manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut.

Para pengusaha dihadapkan pada tantangan hidup yang lebih berat dalam menjalankan usahanya agar dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan serta mampu mengembangkan usaha-usaha yang telah dikelolanya. Untuk bisa bertahan perusahaan harus benar-benar memahami konsumen, sehingga produk yang ditawarkan perusahaan dapat dinikmati dan pada akhirnya konsumen merasa puas pada produk tersebut.

Bandung sebagai kota fashion di Indonesia banyak menghadirkan berbagai industri pakaian yang tidak ketinggalan zaman. Indistri pakaian tersebut salah satunya adalah Factory Outlet. Factory Outlet adalah toko yang dimiliki suatu perusahaan atau pabrik yang menjual produk perusahaan atau pabrik tersebut, menghentikan

perdagangan, membatalkan order dan kadang-kadang menjual barang kualitas nomor satu.

Banyaknya barang impor dengan harga yang murah dan kualitas yang baik sangat mempengaruhi masyarakat untuk berkunjung dan membeli produk yang dipasarkan di Factory Outlet tersebut. Para pengunjung berusaha untuk tidak ketinggalan zaman dengan mengikuti perkembangan trend berpakaian pada saai itu, sehingga para pemilik Factory Outlet dituntut untuk menciptakan suasana tempat belanja yang nyaman, produk yang mampu bersaing dengan industri serupa, serta mengeluarkan model-model yang yang tidak ketinggalan zaman.

Kebutuhan dan keinginan konsumen akan barang dan jasa berkembang terus dan mempengaruhi perilaku belanja produk. Upaya perusahaan mengefektifkan strategi pemasaran dilakukan melalui riset perilaku konsumen. Hasil riset akan berguna untuk memperbaiki strategi produk, harga, dan program periklanan yang meyakinkan pelanggan. Pemilik Factory Outlet dapat mencoba memanfaatkan impuls atau keinginan mendadak yang berhubungan dengan kebutuhan dasar untuk kepuasan sesaat yang biasanya dialami oleh keluarga yang meluangkan waktunya untuk berbelanja di akhir pekan. Ketika sebuah keluarga tengah mengunjungi sebuah Factory Outlet, mereka selalu memperhatikan setiap produk yang dipasarkan di Factory Outlet tersebut. Jika salah seorang di antara anggota keluarga tersebut ada yang membeli pakaian dan sebagainya, maka secara tidak langsung mungkin akan mempengaruhi keinginan anggota keluarga yang lain untuk melakukan kegiatan yang sama meskipun sebelumnya tidak ada niat untuk berbelanja di tempat tersebut. Peristiwa ini bisa dengan mudah dipahami dengan bantuan dua prinsip atau pengaruh sebagai sebuah

bagian dari review psikologis dari literatur, yang menerjemahkan impuls sebagai konsekuensi dari prinsip atau pengaruh yang bertentangan ini. Prinsip kesenangan berhubungan dengan kepuasan segera yang dirasakan oleh konsumen sedangkan prinsip kenyataan berhubungan dengan kepuasan tertunda. Selalu ada pertentangan diantara dua kekuatan yang digambarkan sebagai prinsip di dalam diri pembeli ketika mereka memasuki suatu toko dengan niat untuk membeli. Sebagai konsekuensi impuls berhubungan dengan perilaku mengatasi mereka karena biasanya impuls sulit untuk menolak dan melibatkan pengalaman menyenangkan yang telah direncanakan

Penjelasan di atas menunjukan Bandung dapat menjadi pasar potensial bagi para pengusaha yang ingin melakukan bisnis *fashion*. Persaingan yang sangat ketat pada bisnis ini pasti akan terjadi dengan semakin meningkatnya jumlah pengusaha yang mempunyai bisnis serupa, tetapi para pengusaha tersebut dapat melakukan berbagai hal untuk menjaga perusahaanya tetap mampu bersaing dengan pengusaha yang lain.

Blossom Factory Outlet berdiri sejak tahun 2000 di Bandung dengan memiliki sembilan cabang di lima kota besar. Factory Outlet ini selalu mengupayakan untuk memberikan pelayanan yang baik dengan memberikan harga yang terjangkau namun tetap menjaga kualitas produk yang dipasarkan, selain itu tempatnya yang nyaman dan strategis dapat memuaskan konsumen yang datang untuk membeli produk di Factory outlet tersebut.

Blossom harus selalu mengubah strategi dalam memasarkan produknya. Mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli di Perusahaan mereka semakin diperlukan di dalam persaingan dengan perusahaan lainnya. Namun perusahaan sering melupakan faktor lain yang mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di Factory

Outlet mereka yaitu faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan perilaku pembelian impulsif

Perilaku pembelian impulsif didefinisikan sebagai pembelian tanpa rencana yang bercirikan bahwa pengambilan keputusan tersebut relatif cepat dan timbul prasangka subjektif dalam keinginan untuk segera memiliki suatu barang. Biasanya dalam melakukan keputusan pembelian konsumen sangat memperhatikan lingkungan sekitarnya dan juga perasaan dalam hati mereka. Dari survey awal yang dilakukan terhadap konsumen Blossom Factory Outlet diperoleh informasi bahwa ada sebagian orang yang berpikiran bahwa materi dapat membuat orang tersebut merasa nyaman, tidak sedikit dari pelanggan Blossom Factory Outlet yang menghabiskan uangnya demi untuk membuat dirinya merasa nyaman dan senang, dari perasaan nyaman tersebut timbul rasa senang, puas, dan bersemangat karena materi yang dimiliki dan usaha untuk menghabiskannya, sehingga kemampuan untuk menghabiskan uang tersebut membuat seseorang merasa nyaman dan merasakan sesuatu yang lebih dari orang lain meski kadang mereka merasa tidak yakin dengan keputusannya dalam membeli produk tertentu dan meminta bantuan dari pihak lain untuk menentukan produk apa yang harus dibeli.

Tidak sedikit dari pelanggan Blossom Factory Outlet yang disibukkan oleh kegiatan sehari-hari mereka baik itu kesibukan dari pekerjaan mereka, pendidikan, ataupun masalah lain yang sedang dihadapi para pelanggan. Untuk mengatasi masalah tersebut, ada yang meluangkan waktunya untuk berbelanja ataupun sekedar melihat-lihat untuk menghilangkan kejenuhan mereka. Menurut Semuel (2005), sebagian orang menganggap kegiatan belanja dapat menjadi alat untuk menghilangkan stres, atau

menghabiskan uang dapat mengubah suasana hati seseorang. Keadaan lingkungan eksternal berpengaruh pada perilaku konsumen yang menyebabkan manajemen pemasaran dituntut untuk selalu mengetahui perilaku konsumen diwaktu yang akan datang. Perilaku konsumen mencerminkan mengapa seorang konsumen membeli dan bagaimana seorang konsumen tersebut memilih dan membeli suatu produk. Dengan mengkaji perilaku konsumen, perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.

Ada dua aspek eksternal yang mempengaruhi pengambilan konsumen yaitu aspek pemasaran perusahaan dan aspek lingkungan sosial budaya. Banyak faktor eksternal yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Faktor eksternal tersebut terdiri dari budaya, lingkungan sosial, demografis, dan individu.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang akan dituangkan dakam skripsi dengan judul ***: "Dampak Respon Respon Lingkungan Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif di Blossom Factory Outlet "***

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Penulis membatasi permasalahan yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Adapun identifikasi permasalahan ini antara lain:

1. Kegiatan belanja dapat menjadi alat untuk menghilangkan stres
2. Kemampuan untuk menghabiskan uang membuat seseorang merasa nyaman.
3. Persaingan dengan Factory Outlet lain yang ada di kota Bandung

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dirumuskankan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai dampak respon lingkungan berbelanja yang ada di Blossom Factory Outlet.
2. Bagaimana perilaku pembelian impulsif di Blossom Factory Outlet .
3. Seberapa besar dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif di Blossom Factory Outlet.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah mengumpulkan data dan informasi yang akan digunakan untuk menganalisis dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun yujuan yang ingin dicapai dala penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. untuk mengetahui tanggapan responden mengenai respon lingkungan berbelanja yang ada di Blossom Factory Outlet.
2. untuk mengetahui perilaku pembelian impulsif di Blossom Factory Outlet.
3. untuk mengetahui seberapa besar dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif di Blossom Factory Outlet.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1.4.1.1 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran bagi pihak Blossom Factory Outlet, jika terdapat hubungan antara respon lingkungan berbelanja dan perilaku pembelian impulsif

1.4.1.2 Pihak Lain

Kiranya penelitian ini dapat dijadikan sebagai wacana dan bahan pertimbangan bagi pihak lain yaitu masyarakat, khususnya mengenai respon lingkungan berbelanja dan perilaku pembelian impulsif.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1.4.2.1 Pengembangan Ilmu

Diharapkan dapat memberikan sumbangan baru untuk kemajuan ilmu pengetahuan dibidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran yang memperkenalkan materi mengenai respon lingkungan berbelanja dan perilaku pembelian impulsive

1.4.2.2 Bagi Penulis

Penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan sebagai sarana untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah didapat dikursi kuliah.

1.4.2.3 Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran dan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya dengan bidang kajian yang sama.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Blossom Factory Outlet, yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No. 112 Bandung. Adapun waktu pelaksanaan di mulai pada bulan Maret sampai dengan Juli 2010, dengan kegiatan sebagai berikut :

Table 1.1
Waktu penelitian

Keterangan	Bulan																			
	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Proposal	■	■	■																	
Pelaksanaan Penelitian				■	■	■	■													
Pengumpulan Data							■	■	■	■										
Pengolahan & Analisis Data											■	■	■	■	■	■				
Penyusunan laporan																		■	■	■