THE EFFECT OF ATMOSPHERE STORES AND BRAND EQUITY INTEREST PURCHASE SURVEY OF CONSUMER CV ALDIRA ON SANDAL SHOES CICAHEUM BANDUNG

Supervisor: Trustorini Handayani, SE., M.Si

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

Abstract

In this globalization era, price, quality and service is no longer a major consideration for the culinary connoisseur, the current atmosphere (atmosphere) is an important factor One way to win the competition is to create something different. Store atmosphere can be an alternative to distinguish the store sandals with each other. Distinction is necessary because of any business must be found of similar products with different price ranges and even the same thin. Store atmosphere could be more reasons for consumers to be interested and choose where he will visit and buy.

In addition to the effect of store atmosphere on the purchasing power of consumers, brand equity of a product is also the most important thing. Brand is a name, term, sign, or design, or a combination of all these that show the identity of the products or services of one seller or group of sellers and differentiate products from competitors' products. Melakuan author of this study, trying to figure out how the Influence of Atmosphere Stores and Brand Equity Interests Of Consumers Buy In CV Aldira Sandal Shoes Cicaheum Bandung.

The method used in this research using descriptive method and Verivikatif After conducted a literature review and hypothesis formulation, data is done through a method of questionnaires distributed to 180 respondents in the CV Aldira Sandal Shoes Cicaheum Bandung by using random sampling. While the analysis performed by data processing using SPSS 16 for windows. Then analysis the existing DTA using validity, reliability, determination, multiple regression analysis and hypothesis testing using f and t test.

Results of analysis of data from this study shows the results of this study can be received well. Store Atmosphere partial influence on Consumer Interests Buy CV Aldira Sandal Shoes Cicaheum Bandung by 2%, while Brand Equity partial effect on Consumer Interests Buy CV Aldira Sandal Shoes Cicaheum Bandung by 80%.

Keywords: The Atmosphere Of The Store, Brand Equity And Consumer Buying

Interest

Pendahuluan

Kondisi persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Banyaknya perusahaan yang berlomba untuk mendapatkan konsumen menjadikan kondisi kompetisi antar perusahaan berlangsung semakin ketat. Persaingan yang sangat ketat menuntut para pengusaha untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam berkompetisi, yaitu dalam melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen yang selalu bervariasi.

Dengan kondisi tersebut, maka peran aspek pemasaran sangat menunjang daya saing perusahaan dalam mengantisipasi kondisi persaingan tersebut, utamanya dalam tujuan memenuhi kebutuhan konsumen. Kegiatan pemasaran yang berorientasi pada pelanggan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sangatlah menentukan keberhasilan usaha perusahaan tersebut di masa yang akan datang.

Kota Bandung merupakan kota yang memiliki segudang industri kreatif. Salahsatunya yang paling diunggulkan adalah industri kreatif fashion.Ada berbagai macam bisnis fashion yang menjadi peluang usaha di kota Bandung, salah satunya adalah bisnis *sandal dan sepatu.* Saat ini di kota Bandung sudah semakin banyak produsen *sandaldan sepatu* yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. ***(Sumber:*** http://www.blogdetik.com/industri-kreatif : ***Persentasi PEMDA Bandung dalam PPKI 2009).*** Hal tersebut membuat pengusaha *sandal*harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran. Pengusaha tersebut harus berupaya untuk mendapatkan perhatian serta ketertarikan khalayak ramai (dalam hal ini calon konsumen), karena mereka bersaing dengan perusahaan yang memiliki produk serupa. Maka

dari itu setiap pengusaha dengan jenis produk serupa harus memikirkan cara untuk memenangkan pasar.

Harga, kualitas dan pelayanan tidak lagi menjadi bahan pertimbangan utama bagi para penikmat kuliner, saat ini *atmosphere* (suasana) menjadi faktor penting Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda.*Store atmosphere* bisa menjadi alternatif untuk membedakan *toko sandal*yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan diperlukan karena dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama. *Store atmosphere* bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli.

Untuk dapat menciptakan *atmosphere* yang menyenangkan, maka perlu diciptakan *store atmosphere* yang baik. *Store atmosphere* merupakan perpaduan antara unsur-unsur penampilan dari sebuah toko seperti pencahayaan, warna, musik, aroma dan komunikasi visual untuk menciptakan suasana yang dapat mempengaruhi persepsi dan respon konsumen.*Store atmosphere* menjadi semakin penting karena dewasa ini ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja, dimana kegiatan berbelanja tidak hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli barang-barang saja tetapi sebagai kegiatan mengisi waktu, rekreasi, hiburan atau bahkan pelepas stress. Jadi ketika seorang konsumen masuk toko tidak akan hanya memberikan penilaian produk yang akan ditawarkan, tetapi juga kan memberikan penilaian terhadap kreatifitas penciptaan suasana toko.

Selain pengaruh *store atmosphere* terhadap daya beli konsumen, *brand equity*dari sebuah produk juga merupakan hal terpenting. Merek adalah nama,

istilah, tanda atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan produk itu dari produk pesaing (Kotler dan Keller, 2007).

Merek memberi sejumlah keuntungan pada produsen maupun konsumen. Simamora (2002) menyebutkan dengan adanya merek, masyarakat mendapat jaminan tentang mutu suatu produk yaitu dengan memperoleh informasi yang berkaitan dengan merek tersebut. Dikenalnya merek oleh masyarakat membuat pihak perusahaan meningkatkan inovasi produk untuk menghadapi persaingan. Sedangkan bagi produsen merek tentunya bermanfaat untuk melakukan segmentasi pasar, menarik minat beli konsumen untuk membeli produk dari merek tersebut serta memberikan perlindungan terhadap produk yang dihasilkan.

Hipotesisis

H1 : Suasana Toko berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen pada perusahaan CV Aldira Sadal Cicaheum Bandung

H2 : Ekuitas Merek berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen pada CV Aldira Sadal Cicaheum Bandung

H3 : Suasana Toko dan Ekuitas Merek berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen pada CV Aldira Sadal Cicaheum Bandung

Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif yang dijelaskan melalui pengumpulan data dilapangan.

Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualititif ini digunakan untuk menjawab tujuan penelitian

1. Mengenai tanggapan konsumen tentang Suasana Toko
2. Mengenai tanggapan konsumen tentang Ekuitas Merek
3. Mengenai tanggapan konsumen tentang Minat Beli Konsumen

   Metode verifilatif pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui Suasana Toko dan Ekuitas Merek terhadap Minat Bei Konsumen pada CV Aldira Sandal Sepatu Cicaheum Bandung baik secara parsial serta menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Hasil

1. Store Atmosphere CV ALDIRA SANDAL SEPATU secara rata-rata masuk kedalam kriteria “CUKUP”. Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai terendah pada pernyataan diindicator “Exterior”.Walaupun ketiga indicator lainnya berkategori “Baik” ,namun hasil rekapitulasi membuktikan bahwa tanggapan responden mengenai variabel ini adalah “Cukup”.Store Atmosphere berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan arah hubungan positif. Artinya Store Atmosphere memiliki hubungan dengan minat beli konsumen.

Dimana ketika Store Atmosphere Baik maka Minat Beli Konsumen akan Baik.

2. Ekuitas merek CV ALDIRA SANDAL SEPATU secara rata-rata masuk kedalam kriteria “BAIK”. Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada“Anda sudah lama mengenal merek ALDIRA”. Ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumendengan arah positif. Artinya ekuitas merek memiliki hubungan yang dengan minat beli konsumen. Maka ketika Ekuitas Merek kurang baik maka akan berdampak menurunnya Minat Beli Konsumen.
3. MinatBelipada CV ALDIRA masukkedalamkriteria “CUKUP BAIK”. Skor yang dicapai mencapai 66,59%. Dengan pernyataan responden “Produk sandal/sepatu ALDIRA selalu Menarik perhatian saya” merupakan skor terendah dengan kategori “Tidak Setuju”. Skor tersebut merupakan skor terkecil dari keseluruhan pernyataan tiap indicator dan variabel.
4. Store Atmosphere secara Parsial berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada CV ALDIRA Sandal Bandung. Secara total persentase atau kontribusi,pengaruh Store Atmosphere dalam meningkatkan Minat Beli Konsumen pada CV ALDIRA Sandal Bandung lebih kecil dibandingkan dengan Pengaruh Brand Equity terhadap Minat Beli Konsumen.
5. Brand Equitysecara Parsial berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada CV ALDIRA Sandal Bandung. Secara total persentase atau

kontribusi,pengaruh Brand Equity dalam meningkatkan Minat Beli Konsumen pada CV ALDIRA Sandal Bandung sangat besar presentasenya.