BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cimahi merupakan daerah yang sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat, salah satu perkembangan yang terjadi adalah perkembangan pembangunan letak tata kota, pariwisata dan ekonomi. Hal ini menjadi salah satu faktor terciptanya persaingan ketat dalam dunia bisnis. Salah satu usaha yang sedang berkembang adalah usaha dengan mendirikan ritel. Pengertian ritel secara umum menurut Levy dan Weitz,1995 (dalam Jin dan Kim, 2001;38) adalah sebuah bisnis yang menjual produk barang ataupun jasa ke konsumen untuk digunakan secara pribadi atau bersama keluarganya. Selain itu, ritel merupakan jalur distribusi terakhir yang menghubungkan penjual dan pembeli.

Salah satu kegiatan rutin yang dilakukan hampir setiap orang adalah berbelanja, tingkat keinginan berbelanja berbeda-beda tergantung pada keinginan, kebutuhan dan daya beli konsumen. Tujuan utama berbelanja adalah untuk membeli perlengkapan kebutuhan hidup mau dirumah ataupun diluar rumah, salah satunya peralatan elektronik untuk dipakai pribadi atau dipakai bersama.

Menurur APRINDO (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia) pada tahun 2016, terjadi peningkatan penjualan sekitar 10% pada ritel nasional. Peningkatan ini terjadi sejalan dengan perbaikan perekonomian Indonesia pada tahun 2016. "Tahun 2016 ini kami optimistis bisa menutup di *double digit*, yaitu 10 persen untuk peningkatan penjualan toko ritel kami. Tahun lalu dengan tingkat pertumbuhan ekonomi 4,7 persen, kami menutup dengan angka 8 persen. Kami

harapkan, bisa menutup di angka 10 persen pada 2016 ini," ujar Ketua Umum Aprindo Roy N Mandey saat konferensi pers Aprindo di Kawasan Kuningan, Jakarta, Rabu (28/12/2016) sumber Kompas.com.

Saat ini banyak ritel-ritel khususnya ritel elektronik yang memiliki keunggulan dengan menonjolkan atribut tokonya agar membuat citra atau kesan terhadap toko atau ritel yang baik, karena dengan citra toko yang baik dapat meningkatkan minat beli konusmen untuk berbelanja di ritel atau toko tersebut. Khususnya toko ritel yang menjual alat-alat elektronik salah satunya adalah *Electronic City* yang berada di Cimahi Mall.

Electronic City Cimahi adalah salah satu ritel yang fokus terhadap peralatan elektronik yang beralamat di Jalan Raya Gandawijaya 1, Cimahi Mall Lantai 1 R.35-2G. Dengan Ibu Wulan sebagai Manajer *Electronic City* Cimahi. *Electronic City* sendiri sudah berdiri dibeberapa kota besar seperti di Jakarta, Banten, Tanggerang, Bekasi, Depok dan Bandung. *Electronic City* dapat anda di temui di Mall kota-kota yang telah disebutkan, hal ini untuk mempermudah konsumen untuk menemukan toko menurut Ibu Wulan sebagai Manajer di *Electronic City* Cimahi. Semua barang-barang elektronik dapat ditemui di *Electronic City* Cimahi ini, mulai dari mesin cuci, lemari es, handphone, TV, AC, Laptop, Komputer dapat ditemui.

Tidak hanya *Electronic City* Cimahi ritel elektronik yang berada di Kota Cimahi, ada pun toko-toko elektronik lainnya yang berada di daerah Jalan Raya Cimindi, Gatot Subroto, Gandawijaya. Maka dari itu sebagai toko atau ritel yang cukup besar serta berada di sebuah Mall Cimahi, memerlukan strategi khusus

dalam bersaing dengan toko-toko elektronik yang baru berdiri atau yang sudah ada sebelumnya.

Tabel 1.1

Jumlah Pengunjung *Electronic City Cimahi*
Pada tanggal bulan April 2017

MINGGU	Konsumen
KE-1	38
KE-2	33
KE-3	31
KE-4	44
Jumlah	146

Sumber : Electronic City

Dari tabel diatas terdapat jumlah pengunjung dalam 6 bulan terakhir, yang datang ke *Electronic City* Cimahi pada bulan September 2016 sampai Februari 2017 mengalami fluktuasi naik-turun.

Penelitian ini menganalisis masalah yang terjadi pada ritel *Electronic City* Cimahi yang berada di sebuah Mall yang cukup strategis dan memiliki citra toko yang baik namun masih saja kurang minatnya beli konsumen di toko rite *Electronic City* Cimahi ini. Maka dari itu memerlukan survey awal untuk mengetahui masalah yang terjadi, dengan melakukan survey secara langsung yang dapat mengidentifikasi suatu masalah dengan baik, terhadap konsumen *Electronic City* Cimahi.

Dilakukannya identifikasi masalah ini peneliti maupun perusahan dapat menemukan solusi agar dapat menambah minat dan diminati oleh masyarakat khususnya masyarakat kota Cimahi. Survey awal yang dilakukan dengan hasil seperti berikut :

Tabel 1.2

Survey Awal Minat Beli Konsumen

No.	Variabel	Jawaban		Persentasi	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Apakah anda setuju *Electronic City Cimahi* menarik perhatian anda ?	14	16	47%	53%
2.	*Electronic City Cimahi* selalu menjadi pilihan anda untuk berbelanja alat-alat elektronik ?	10	20	33%	67%
	Jumlah	24	36	40%	60%

Sumber : Survey Awal 2017

Dari data yang didapat bisa disimpulkan bawaha minat beli konsumen begitu penting dikarenakan dapat mempengaruhi pendapatan atau laba toko. Kurangnya minat beli konsumen dilihat dari hasil jawaban konsumen yang menyatakan tidak sebesar 60%. Hal ini dikarenakan konsumen tidak merancankan untuk berbelanja di toko, serta kurangnya daya tarik toko yang membuat tidak menjadi pilihan utama untuk berbelanja.

Tabel 1.3

Survey Awal Citra toko

No.	Variabel	Jawaban		Persentasi	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Apakah anda dipuaskan dengan produk dan pelayanan yang ada di *Electronic City Cimahi*?	15	15	50%	50%
2.	Apakah pelayanan dan produk *Electronic City Cimahi* memiliki citra toko yang baik?	14	16	47%	53%
	JUMLAH	29	31	48%	52%

Sumber : Survey Awal 2017

Kurangnya minat beli ini menajadi masalah yang cukup serius, pihak perusahaan harus menemukan cara bagaimana cara menarik perhatian konsumen dengan lokasi yang berada di sebuah Mall. Serta dalam variabel Citra toko

mendapatkan jawaban tidak yang didapat sebesar 52%. Dikarenakan sebuah Citra toko terbentuk dari hasil penilaian konsumen, penilaian ini terbentuk saat konsumen berbelanja yang merasa kurang terpuaskan oleh pelayanan jasa ataupun kualitas produk yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian Gilang Agustia (2014:129) dengan judul "Citra Toko dan Citra Merek terhadap niat beli private label brand PASTI minimarket Alfamart". Menyatakan bahwa Citra toko berpengaruh akan tetapi tidak signifikan terhadap niat beli pada produk "pasti" minimarket alfamart.

Citra toko yang terbelum terbentuk pada konsumen mempengaruhi kepercayaanya dalam berbelanja. Maka dari itu perusahaan harus membentuk citra toko yang baik dan kuat kepada konsumen agar teringat. Dikarenakan *Electronic City Cimahi* ini merupakan toko yang dapat dibilang baru, menjadi salah satu alasan mengapa kurangnya terbentuk citra toko pada konsumen khususnya masyarakat kota Cimahi.

Tabel 1.4

Survey Awal Atribut Toko

No.	Variabel	Jawaban		Persentasi	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Secara Umum apakah anda dimudahkan saat berbelanja yang ada di *Electronic City Cimahi* ?	16	14	53%	47%
2.	*Electronic City Cimahi* melakukan pengiriman barang tepat waktu serta aman ?	16	14	53%	47%
	JUMLAH	31	29	51%	49%

Sumber : Survey Awal 2017

Sedangkan untuk variabel Atribut toko ditemukan hasil yang kurang baik dengan jumlah jawaban konsumen tidak sebesar 49%. Dan 51% konsumen

menyatakan suka dengan atribut toko yang ada, mudah dalam berbelanja sertanyaman dan memiliki pengiriman barang yang baik dan tepat. Serta apabila terjadi kerusakan saat pengiriman pihak toko akan langsung mengatinya dengan yang baru.

Ditemukan perbedaan yang kontradikif dengan hasil atribut toko sebesar 51% jawaban konsumen YA, akan tetapi minat beli konsumen untuk berbelanja begitu kurang dilihat dari hasil kuisioner awal mengenai minat beli konsumen dengan jawaban ya 40% konsumen yang tertarik untuk berbelanja di *Electronic City* Cimahi.

Dalam hasil penelitian Jaka Sularko dengan judul "Pengaruh Atribut toko terhadap Minat beli konsumen". Menyatakan pada variabel atribut toko yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen adalah lokasi toko yakni sebesar 10,554. Sementara itu kualitas barang sebesar 4,203, kelengkapan barang sebesar 3,218, dan harga sebesar 2,397, terbukti mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli konsumen dan mempunyai hubungan yang signifikan pada suwalayan sami makmur Palu, Karanganyar.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin mengetahui berapa besar pengaruh yang diberikan terhadap minat beli konsumen di *Electronic City* Cimahi maka penulis tertarik untuk mengambil judul: "**PENGARUH ATRIBUT TOKO DAN CITRA TOKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *ELECTRONIC CITY* CIMAHI (SURVEY PADA PENGUNJUNG TOKO *ELECTRONIC CITY* CIMAHI)".**

1.2 Indentifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Indentifikasi Masalah

Berdasarkan dengan uraian pada latar belakang diatas, bahwa semakin berkembangnya usaha ritel, salah satunya adalah ritel elektronik masing-masing toko elektronik memiliki strategi untuk menarik konsumen. Namun hal tersebut bukan hal yang mudah, mengingat perubahan yang sering terjadi kapanpun, baik dalam lingkungan bisnis maupun dari perilaku konsumen itu sendiri.

1. Atribut toko *Electronic City Cimahi* belum optimal dirasakan oleh konsumen.
2. Citra toko *Electronic City Cimahi* masih belum sesuai dengan harapan konsumen.
3. Minat beli konsumen *Electronic City Cimahi* masih rendah.
4. Atribut toko dan Citra toko untuk menarik Minat Beli Konsumen tidak yang masih belum optimal dilakukan oleh *Electronic City Cimahi*.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Atribut Toko *Electronic City Cimahi*.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Citra Toko *Electronic City Cimahi*.
3. Bagaimana Minat Beli Konsumen pada *Electronic City Cimahi*.

4. Seberapa besar pengaruh Atribut toko dan Citra toko terhadap Minat beli konsumen *Electronic City Cimahi* baik secara parsial maupun simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data sebagai sumber informasi untuk diolah dan dianalisis, untuk mengetahui "Pengaruh Atribut Toko dan Citra Toko Terhadap Minat Beli Konsumen *Electronic City Cimahi*".

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap atribut toko *Electronic City Cimahi*.
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap citra toko *Electronic City Cimahi*.
3. Untuk mengetahui minat beli konsumen pada *Electronic City Cimahi*.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut toko dan citra toko terhadap minat beli konsumen baik secara simultan maupun parsial di *Electronic City Cimahi*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berhubungan dengan topik yang penulis angkat. Dan diharapkan dapat

menjadi referensi untuk menghasilkan data yang lebih baik bahkan sempurna lagi. Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

   Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan untuk menjadikan sebuah acuan atau bahan pemikiran dalam merancang strategi pemasaran ritel dalam Atribut Toko dan Citra Toko serta mengetahui Minat Beli Konsumen.

2. Bagi pembaca

   Dengan adanya penelitian ini, pembaca dapat mengetahui informasi tentang bagimana perngaruh yang diberikan atribut toko dan citra toko terhadap minat beli konsumen.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan penulis sendiri untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan yang ada. Dapat mengetahui sejauh mana terdapat kesesuaian teori yang ada dan kenyataan yang sesungguhnya.

1. Bagi pengembang ilmu pemasaran

   Bagi pengembang ilmu pemasaran semoga hasil penelitian ini dapat membantu serta menjadi referensi tentang ada atau tidaknya pengaruh atribut toko dan citra toko terhadap minat beli konsumen.

2. Bagi penulis

   Hasil dan kesimpulan penelitian ini merupakan informasi dan pembelajaran bagi penulis tentang pengaruh atribut toko dan citra toko terhadap minat beli konsumen.

3. Bagi penelitian

   Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi rekan-rekan yang membahas masalah yang sama dan diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik dari yang sekarang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis melakukan penelitian di *Electronic City* Cimahi yang berada di Jl. Gandawijaya 1, Cimahi Mall Lantai 1 R.25-2G. Kota Cimahi. Adapun jadwal yang diperlukan penulis dalam melakukan penelitian untuk menyusun penelitian ini, yaitu pada Februari 2017 hingga Agustus 2017.

Tabel 1.5

Waktu penelitian

No.	Uraian	Waktu Kegiatan																			
		Febuari				Maret				April				Mei				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey Tempat Penelitian	■	■	■	■																
2.	Melakukan Penelitian			■	■																
3.	Mencari Data				■																
4.	Membuat Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■								
5.	Seminar													■	■						
6.	Revisi															■					
7.	Penelitian Lapangan																■				
8.	Bimbingan																				
9.	Sidang																				