

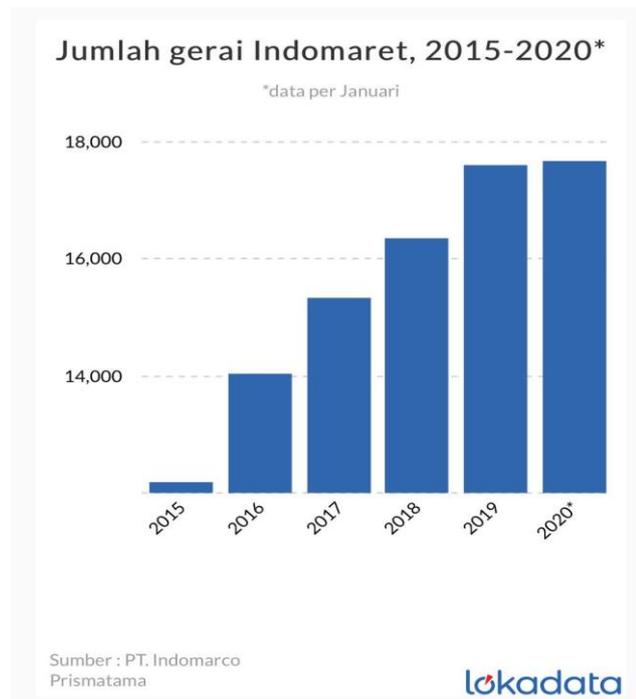
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan zaman seperti pada saat ini dengan kondisi normal maupun Covid-19 membuat masyarakat semakin pandai dalam beradaptasi dengan perubahan. Masyarakat sudah bisa mendeskripsikan cara berbelanja yang secara konvensional sudah menjadi secara online. Begitu juga dengan berbelanja akan kebutuhan yang dulunya harus ke warung atau kelontong kini sudah mulai melakukan kegiatan berbelanja ke supermarket, minimarket, atau sejenisnya yang memberi kepuasan tersendiri bagi konsumen.

Salah satu bisnis retail yang berkembang saat ini salah satunya adalah Indomaret. Hal ini terbukti dari Sumber : PT. Indomarco Prismatama



Sumber: PT. Indomarco Prismatama (lokadata).

Gambar 1.1 Jumlah Gerai Indomaret, 2015-2020

Terbukti dari sumber PT. Indomarco Prismatama, Jumlah gerai Indomaret per Januari 2020 mencapai 17.681 gerai. Jumlah ini bertambah 81 gerai dibandingkan akhir tahun 2019 yang sebanyak 17.600 gerai. Pada akhir tahun ini, Indomaret menargetkan akan menjadi 18.600 gerai atau bertambah 1000 gerai. Sejak tahun 2015, jumlah gerai yang dimiliki Indomaret terus bertambah tiap tahunnya yang tersebar di berbagai provinsi. Kemudian pada sepanjang tahun 2021 indomaret menambah 600 gerai.

Bisnis retail bermunculan diberbagai kota besar dan kota kecil termasuk Kota Ternate Maluku Utara, karena hal itu tidak lepas dari pola belanja yang telah berubah akibat dari pengaruh gaya hidup modern dan tuntutan kebutuhan masyarakat yang ingin serba praktis, cepat, dan menghemat waktu serta adanya kenyamanan.

Lifestyle (gaya hidup) merupakan salah satu faktor yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan keputusan pembelian (Nugroho, 2003:02) mendefinisikan *lifestyle* (gaya hidup) secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan di sekitarnya. Berbeda dengan Rafiqi *et,al.*, (2018:94) Gaya hidup (*lifestyle*) merupakan suatu perilaku yang dimana berkembang selaras dengan pola kehidupan modern pada saat ini. Oleh sebab itu banyak bermunculan bisnis retail mulai dari yang kecil maupun yang besar di berbagai kota termasuk Kota Ternate.

Sehingga dalam hal ini kehadiran Indomaret dapat membuat adanya perubahan *lifestyle* atau gaya hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan

keinginannya, karena toko modern ini dapat memberikan suatu kenyamanan pada saat berbelanja bagi pengunjung atau konsumen.

Sesuai dengan wawancara yang dilakukan pada bulan oktober 2021 bersama salah satu Karyawan Indomaret yakni, Muhammad Akbar Sudirman sebagai salah satu bagian dari License Indomaret mengatakan bahwa sampai pada saat ini jumlah Indomaret di Kota Ternate mencapai 36 Indomaret yang tersebar mulai dari bagian Ternate Selatan sampai dengan bagian Ternate Utara.

Tabel 1.1. Gerai Indomaret di Kota Ternate

No	Nama Indomaret	Alamat
1.	Idm Sultan Babullah	Kel. Soa Sio
2.	Idm Kapitan Patimura	Kel. Kalumpang
3.	Idm Sultan Khairun	Kel. Kmp. Makassar Barat
4.	Idm Pemuda	Kel. Toboleu
5.	Idm Raya Jati	Kel. Jati
6.	Idm Mangga Dua 214	Kel. Mangga Dua Utara
7.	Idm Julung Dufa-Dufa	Kel. Dufa-Dufa
8.	Idm Yos Sudarso	Kel. Kmp. Pisang
9.	Idm Pemuda Salero	Kel. Salero
10.	Idm Am Kamaruddin	Kel. Sangadji
11.	Idm Perikanan Kota Baru	Kel. Kota Baru
12.	Idm Rambutan	Kel. Kmp. Makassar Barat
13.	Idm Bastiong Talangame	Kel. Bastiong Talangame
14.	Idm Raya Sasa	Kel. Sasa
15.	Idm Ubo-Ubo	Kel. Ubo-Ubo
16.	Idm Hasan Esa	Kel. Takoma
17.	Idm Sweering Mangga Dua	Kel. Mangga Dua Utara
18.	Idm Cempaka	Kel. Maliaro
19.	Idm Tugu Makugawene	Kel. Kalumata
20.	Idm Pertamina Fitu	Kel. Fitu
21.	Idm Ngade	Kel. Ngade
22.	Idm Jati Perumnas	Kel. Jati Perumnas
23.	Idm Patimura 45	Kel. Kalumpang
24.	Idm Batu Angus 170	Kel. Akehuda
25.	Idm Tafure 555	Kel. Tafure
26.	Idm Batu Angus	Kel. Dufa-Dufa
27.	Idm Cengke Afo	Kel. Maliaro
28.	Idm Toboleu	Kel. Toboleu
29.	Idm Pasar Inpres 12	Kel. Bastiong Talangame
30.	Idm Bastiong Karance	Kel. Bastiong Karance
31.	Idm Santo Pedro	Kel. Kalumata
32.	Idm Spbu Kmp Makassar	Kel. Soa Sio

Tabel 1.1. Gerai Indomaret di Kota Ternate

No	Nama Indomaret	Alamat
33.	Idm Jati Metro	Kel. Jati
34.	Idm Kayu Manis	Kel. Salahuddin
35.	Idm Mangga Dua Baru	Kel. Mangga Dua
36.	Idm Pahlawan Revolusi	Kel. Gamalama

Sumber : Hasil Survei 2021

Pada bulan oktober 2020 Indomaret resmi dibuka dan beroperasi di Kota Ternate, namun menurut cermin malut.com indomaret mengincar 50 gerai di Kota Ternate. Indomaret salah satu minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, tempatnya pun di desain sedemikian rupa sehingga memberikan rasa nyaman yang pada hakikatnya akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Lokasi Indomaret yang berdekatan dengan minimarket lainnya menyebabkan Indomaret harus merancang strategi pemasarannya. Salah satu persaingan yang terjadi adalah dalam hal kenyamanan atmosfer toko karena konsumen saat ini telah memilah-milah tempat berbelanja atau membeli yang nyaman, dan menyenangkan, sehingga banyak toko-toko ritel yang telah memperhatikan kualitas atmosfer toko mereka, sebab atmosfer toko sangat mempengaruhi sistem pemasaran dan keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian persaingan yang dirasakan pun semakin ketat, maka kualitas atmosfer toko pastilah harus diperhatikan oleh banyak perusahaan ritel. (Tumbuan *et,al.*, 2017:3603).

Dilanjutkan Handy *et,al.*, (2018:2890), bahwa Atmosfer toko sebagai salah satu sarana komunikasi yang dapat berakibat positif dan menguntungkan dibuat semenarik mungkin untuk menciptakan kenyamanan bagi konsumen, minimal konsumen akan merasa betah di toko tersebut dan hal ini akan membuat konsumen untuk memutuskan pembelian di toko tersebut. Jika konsumen sudah merasa puas berbelanja ditempat tersebut, kemungkinan besar konsumen

tersebut akan berbelanja kembali. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah atmosfer toko. Hal tersebut dibuktikan oleh temuan Hanafitrah dan Widiartanto (2018:18) yang menunjukkan bahwa atmosfer toko memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin baik atmosfer yang tercipta di suatu toko, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan terhadap produk yang ditawarkan di toko tersebut.

Dalam hal ini Kotler dan Keller (2015:36) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Berbeda dengan Sahidilah (2018), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa minat beli adalah bagian komponen dari perilaku konsumen dalam mengkonsumsi, dan kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar-benar dilakukan. Sehingga minat beli mampu menjadi variabel mediasi atau variabel intervening terhadap keputusan pembelian, karena minat beli konsumen yang tinggi akan mendorong konsumen membeli suatu produk, sebaliknya minat beli konsumen yang rendah akan mencegah konsumen untuk membeli produk (Adriansyah, 2013:351).

Dahmiri *et,al.*, (2020:18) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah dimana tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli yang dimana konsumen benar-benar membeli. Handy (2018:2887), dalam penelitiannya mengemukakan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dipengaruhi oleh factor kenyamanan atmosfer toko.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian dengan hasil menunjukkan bahwa adanya

pengaruh yang signifikan dari *lifestyle* terhadap keputusan pembelian (Dahmiri, 2020:15). Sedangkan adanya perbedaan dengan penelitian (Mongisidi, 2019:2949) dengan hasil yang menunjukkan bahwa secara parsial *lifestyle* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian sebelumnya yang telah meneliti pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian dengan hasil menunjukkan bahwa atmosfer toko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian (Tumbuan, 2017:3602) menunjukkan hasil penelitian secara parsial tidak adanya pengaruh interior atmosfer toko terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya penelitian terdahulu yang telah meneliti pengaruh *lifestyle* terhadap minat beli dilakukan (Nurdin, 2018:147) menunjukkan *lifestyle* berpengaruh positif terhadap minat beli, berbeda dengan penelitian (Vici, 2018:05) menunjukkan hasil secara parsial *lifestyle* memiliki pengaruh negatif terhadap minat beli.

Kemudian terdapat juga beberapa penelitian terdahulu yang meneliti pengaruh atmosfer toko terhadap minat beli yang dilakukan (Paila, 2020:58) menunjukkan hasil secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari atmosfer toko terhadap minat beli. Penelitian terdahulu yang dilakukan (Khotimah, 2016:110) menunjukkan adanya pengaruh *lifestyle* dan minat beli terhadap keputusan pembelian, dan penelitian yang dilakukan (Puspitasari, 2016:01) menunjukkan bahwa minat beli memediasi pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti ingin meneliti lebih lanjut dan menulisnya dalam bentuk skripsi yang berjudul “ ***Pengaruh Lifestyle dan Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen melalui Minat Beli pada Indomaret di Kota Ternate*** “

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah atmosfer toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap minat beli?
4. Apakah atmosfer toko berpengaruh terhadap minat beli?
5. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli?
6. Apakah atmosfer toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli?
7. Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah atmosfer toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap minat beli.
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah atmosfer toko berpengaruh terhadap minat beli.
5. Untuk menguji dan menganalisis apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

6. Untuk menguji dan menganalisis apakah atmosfer toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.
7. Untuk menguji dan menganalisis Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah dimana sesuatu yang diharapkan dari setiap dan memperoleh hasil yang dapat memberi manfaat bagi peneliti maupun pihak lainnya yang membutuhkan. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Teoritis

Sebagai suatu acuan untuk penulis lainnya yang akan melakukan atau melanjutkan penelitian sesuai dengan judul skripsi ini.

2. Praktis

- a. Manfaat bagi Produsen

Dalam hal ini, dapat memberikan informasi bagi perusahaan untuk bagaimana mengetahui perkembangan dan karakteristik dari konsumen.

- b. Manfaat bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai Lifestyle dan Atmosfer pada Indomaret Kota Ternate.

- c. Manfaat bagi penulis selanjutnya

Dimana sebagai bahan referensi atau menambah wawasan sehingga dijadikan topic penulisan berikutnya.