

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bidang industri, jasa dan dagang sangat berperan penting dalam perkembangan perekonomian di suatu negara, perekonomian mampu memberikan perubahan-perubahan yang berarti bagi kehidupan masyarakat. Perubahan kondisi perekonomian Indonesia mengakibatkan semakin meningkatnya bisnis ritel atau eceran. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya bisnis ritel modern yang bermunculan, fenomena ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar di Indonesia dengan konsep *one stop shopping*, yang menyediakan semua kebutuhan berbelanja di suatu tempat perbelanjaan.

Banyaknya perusahaan yang berlomba untuk menarik dan memotivasi konsumen untuk berbelanja menjadikan kondisi kompetisi antar perusahaan berlangsung semakin ketat. Hal ini secara otomatis akan diiringi dengan munculnya beberapa perusahaan sejenis yang menjadi kompetitor terberat. Keadaan ini dapat dijadikan suatu peluang dan tantangan bisnis bagi setiap perusahaan yang beroperasi di Indonesia.

Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 240 juta lebih merupakan pasar potensial bagi bisnis ritel modern. Dalam sepuluh tahun terakhir bisnis ritel modern dengan format hypermarket, supermarket dan minimarket menjamur, menyusul maraknya pembangunan mall atau pusat perbelanjaan di kota-kota besar. Peritel besar seperti hypermarket dan department store menjadi *anchor tenant* yang dapat menarik minat pengunjung. Bahkan kini bisnis ritel mulai

merambah ke kota-kota kabupaten terutama jenis supermarket dan minimarket. Saat ini bisnis ritel tumbuh pesat di pinggiran kota, mengingat lokasi permukiman banyak di daerah tersebut

Semakin ketatnya persaingan antar bisnis ritel modern, menyebabkan diperlukannya peningkatan kekuatan dalam perusahaan agar mampu menarik dan memotivasi konsumen yang dapat dilakukan dengan cara memunculkan keunikan atau suatu ciri khas yang perusahaan yang membedakan dengan para pesaing. *Atmosphere* toko merupakan suatu bagian dari suasana dan tata letak suatu toko yang sangat penting dalam menarik dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Secara tidak langsung, suasana nyaman dari *atmosphere* toko dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Jadi dapat disimpulkan bahwa *atmosphere* toko merupakan suatu keadaan atau suasana dari toko yang dimana secara tidak langsung dapat mempengaruhi dan memotivasi dari seorang konsumen untuk berbelanja.

Bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk membeli kebutuhan, *atmosphere* toko yang nyaman, kualitas pelayanan, kelengkapan barang, dan kewajaran harga menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli dan mengunjungi toko tertentu. Meskipun *atmosphere* toko tidak secara langsung mengkomunikasikan kualitas produk dibandingkan dengan iklan, *atmosphere* toko merupakan komunikasi secara diam-diam yang dapat menunjukkan kelas sosial dari produk-produk yang ditawarkan, kemudian didukung secara langsung oleh kualitas pelayanan, kelengkapan produk

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan kewajaran harga yang membuat hal ini harus diperhatikan dalam menarik dan memotivasi konsumen berbelanja.

Swalayan Indo A.Yani merupakan salah satu toko ritel yang terletak di pusat kota jalan jendral A.Yani, yang menjual berbagai macam kebutuhan rumah tangga serta kelengkapan untuk pria dan wanita. Pasar sasaram toko ini meliputi konsumen remaja hingga dewasa baik domestik maupun mancanegara. Sebagai sebuah toko yang terletak di kawasan pertokoan yang strategis, Swalayan Indo A.Yani dihadapkan pada persaingan yang ketat dengan toko-toko yang berada di sekitarnya. Untuk itu Toko Swalayan Indo A.Yani harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik dan memotivasi dan keputusan pembelian bagi para pengunjung.

Tabel 1.1 Data Pengunjung Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun tahun 2017-2018

No	Bulan	Jumlah Pengunjung Swalayan Indo A.Yani
1.	Juli	8.036
2.	Agustus	12.034
3.	September	10.179
4.	Oktober	11.875
5.	November	11.819
6.	Desember	14.683
7.	Januari	14.234
8.	Februari	13.435
9.	Maret	13.356
10.	April	11.456
11.	Mei	14.887
12.	Juni	14.507

Sumber : Data Olahan Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun 2018

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa Pengunjung Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun mengalami kenaikan yang sangat drastis. Dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung dibulan september mengalami penurunan

yaitu 10.179 pengunjung dan peningkatan terjadi setelah dua bulan berikutnya yaitu pada bulan desember berjumlah 14.683 pengunjung. Dan peningkatan jumlah pengunjung Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun terus terjadi pada bulan-bulan seterusnya. Berikut data pengunjung swalayan pesaing yang ada di Tanjung Balai Karimun,

Tabel 1.2 Data Pengunjung (Swalayan Indo PN) Tanjung Balai Karimun tahun 2017-2018

No	Bulan	Jumlah Pengunjung Swalayan Indo A.Yani
1.	Juli	5.903
2.	Agustus	7.195
3.	September	8.093
4.	Oktober	7.019
5.	November	8.041
6.	Desember	8.349
7.	Januari	8.737
8.	Februari	7.422
9.	Maret	8.347
10.	April	8.870
11.	Mei	8.896
12.	Juni	8.907

Sumber : Data Olahan Swalayan Indo PN Tanjung Balai Karimun 2018

Dari data tabel diatas terlihat bahwa jumlah seluruh pengunjung swalayan Indo PN sebesar 95.779 (pengunjung). swalayan Indo PN mengalami kemajuan yang cukup pesat namun mengalami naik turun. Seperti terlihat pada bulan oktober pengunjung mengalami penurunan yaitu 7.019 pengunjung. Kemudian 3 bulan berikutnya terus mengalami peningkatan. Pada bulan februari mengalami penurunan yaitu 6.450. kemudian pada bulan maret berjumlah 8.347 mengalami kenaikan dan peningkatan jumlah pengunjung terus pada bulan seterusnya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari tabel perbandingan tersebut maka dapat disimpulkan bahwasanya Swalayan Indo A. Yani lebih dominan di kunjungi para konsumen dibandingkan swalayan pesaing yang ada pada di Tanjung Balai Karimun.

Motivasi merupakan salah satu dorongan sehingga konsumen tergerak untuk melakukan pembelian di suatu tempat perbelanjaan. Untuk meningkatkan motivasi konsumen berbelanja, perusahaan harus menciptakan lokasi yang baik, suasana yang nyaman, dan kelengkapan produk yang memadai, dimana secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian. *Suryani (2013:22)*

Store atmosphere merupakan kombinasi pesan secara spesifik yang telah di rencanakan. *atmosphere* toko dapat di gambarkan sebagai perubahan terhadap perancangan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional untuk melakukan tindakan pembelian. *Sopiah dan syihabudin (2008: 170)*

Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. *Peter dan Olson (2014:268)*

Kelengkapan produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan tercantum dalam belanja barang. *Kotler (2009)*

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Suasana (*Store Atmosphere*), Lokasi dan**

Kelengkapan Produk terhadap Motivasi Konsumen Berbelanja di Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap motivasi konsumen berbelanja di Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap motivasi konsumen berbelanja di Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun?
3. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap motivasi konsumen berbelanja di Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun?
4. Apakah suasana (*store atmosphere*) lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap motivasi konsumen berbelanja di Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan

Berkaitan dengan masalah yang disebutkan diatas, maka tujuan yang penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap motivasi konsumen berbelanja di Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap terhadap motivasi konsumen berbelanja di Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap terhadap motivasi konsumen berbelanja di Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun.
4. Untuk mengetahui pengaruh suasana (*store atmosphere*) lokasi dan kelengkapan produk terhadap motivasi konsumen berbelanja di Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun.

1.3.2 Manfaat

Manfaat Penelitian dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Swalayan Indo A.Yani, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam rangka untuk meningkatkan motivasi konsumen berbelanja di Swalayan Indo A.Yani dengan cara memberikan *store atmosphere*/suasana yang nyaman bagi konsumen yang berbelanja dan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, hal tersebut akan memberikan kepuasan serta kelengkapan produk dapat menimbulkan motivasi konsumen berbelanja di Swalayan Indo A.Yani Tanjung Balai Karimun.
2. Bagi Penulis, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti dengan memahami lebih mengenai variabel dan indikator yang berpengaruh pada motivasi konsumen berbelanja.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat

digunakan sebagai *referensi* dan masukan terhadap disiplin ilmu pengetahuan serta dapat menjadi bahan *acuan* bagi penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini akan di bagi dalam enam bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini mengemukakan landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, berisikan definisi, konsep teori, teori-teori-referensi yang bersumber, pandangan islam, kajian terdahulu, kerangka pemikiran/konsep operasional, serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan bab metode penelitian yang berisikan mengenai lokasi penelitian dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, dan teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

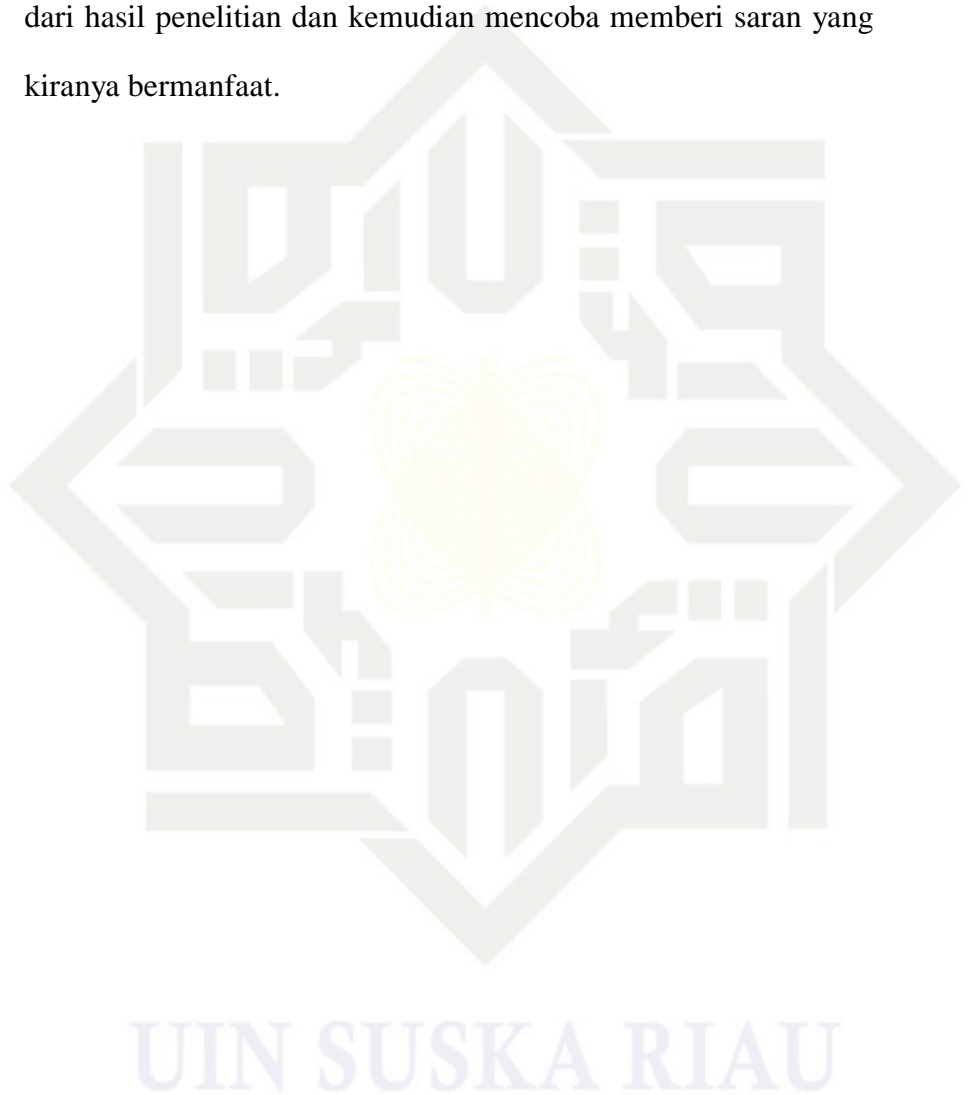
Bab ini menguraikan tentang gambaran umum dari umum perusahaan yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan , struktur organisasi dan aktivitas perusahaan

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan kemudian mencoba memberi saran yang kiranya bermanfaat.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.