

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi, dunia perdagangan dewasa ini terjadi persaingan dalam memasarkan produk atau jasa. Kegiatan pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia usaha, mengingat orientasinya terhadap masyarakat (konsumen). Keadaan dunia usaha berubah dinamis seiring dengan perubahan selera konsumen dan perubahan yang terjadi pada lingkungan dan sekitarnya. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat, menjadikan sebagai peluang bisnis. Hal tersebut menjadi dasar pemikiran pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga tidak berpaling ke pesaing.

Tingkat persaingan yang semakin tinggi mengakibatkan konsumen memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap kualitas, pilihan produk, lokasi toko, suasana toko, toko yang lebih nyaman dan pelayanan yang lebih bernilai, namun dengan membayar lebih murah, waktu lebih cepat, dengan usaha dan resiko yang lebih yang lebih rendah. Pada saat ini kompetisi pada usaha ritel tidak hanya pada harga namun menyangkut variabel lain yang berkaitan dengan nilai atas pengalaman berbelanja pelanggan.

Demikian halnya dengan salah satu ritel di kota pekanbaru yaitu toko buku zanafa yang merupakan salah satu usaha yang

bergerak di bidang penerbitan dan penjualan buku (distributor dan toko buku), Saat ini ada dua jenis usaha yang sudah berjalan, yaitu penerbit Zanafa Publishing dan Toko buku Zanafa.

Penerbit Zanafa Publishing sudah menerbitkan lebih dari 100 judul buku baik yang diterbitkan sendiri maupun yang bekerjasama dengan lembaga pendidikan (Sekolah dan Perguruan Tinggi) dan penerbit terkemuka tingkat nasional. Buku-buku yang diterbitkan meliputi semua bidang ilmu, baik buku agama maupun buku umum. Pemasaran buku-buku terbitan zanafa dilakukan melalui distributor Adipura Yogyakarta dan Nusa Media Bandung. Dua distributor ini memasarkan buku-buku terbitan zanafa ke seluruh wilayah Indonesia, baik toko buku tradisional maupun toko buku moderen.

Toko buku Zanafa membagi display penjualan terdiri dari Lantai 1 untuk buku umum, Perguruan Tinggi, sekolah dan assesoris komputer. Lantai 2 untuk buku agama, buku anak-anak, plesdisk, alpalink, atk, MP3, kalkulator, Ipad, tablet, alat alat komputer dll. sedangkan lantai 3 untuk kantor Toko buku Zanafa dan penerbit Zanafa Publishing.

Lokasi dan tempat usaha merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam mendukung kesuksesan penjualan produk yang dipasarkan toko buku, mengingat toko buku Zanafa berada di Pusat bisnis strategis dan terpadat di Pekanbaru, yang terdiri dari mall giant dan ratusan usaha pendukung dalam bentuk kounter-kounter,

dimana kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi dari kompleks ini, maka toko buku Zanafa menjadi salah satu pilihan masyarakat memenuhi kebutuhan Sekolah, Pondok Pesantren, Perguruan Tinggi dan Masyarakat umum mencari Alat Tulis Kantor dan literatur-literatur yang dibutuhkan. Di daerah Panam Pekanbaru belum ada toko buku yang lengkap dan besar, sehingga toko buku Zanafa diharapkan dan diupayakan menjadi satu-satunya toko buku yang memiliki koleksi buku yang lengkap dan besar sehingga menjadi pilihan utama masyarakat. Toko buku Zanafa adalah satu-satunya toko buku dengan konsep toko buku diskon, sesuai dengan misinya membantu dan merangsang siswa, mahasiswa dan masyarakat membeli buku-buku yang diperlukan. Diskon diberikan sepanjang masa dari 5% s/d 75%.

Toko buku Zanafa berpenampilan elegan dan moderen, Warna di dalam ruangan tokoh zanafa adalah perpaduan merah, kuning dan hijau, kalau rak bukunya berwarna coklat, Pencahayaannya di dalam ruangan yang sangat bagus dan terang, toko zanafa di lengkapi juga dengan musik, musiknya adalah bernuansa klasik dan religi dan dilengkapi juga dengan adanya grafik, papan tandaciek panggung (komunikasi visual), dan pengunjung juga di manjakan dengan mudahnya mencari katalog buku lewat komputer, dan kesan tampilan luar yang mewah dan interior ruangan yang didesain oleh ahlinya membuat siapapun nyaman berada di dalamnya, di

tambahsuasana nyaman full AC menambah betah berlama-lama di dalamnya untuk mencari buku-buku yang diperlukan.

Untuk lebih jelasnya kita dapat melihat omset penjualan dan jumlah konsumen pada toko buku zanafa pekanbaru selama tiga tahun terakhir (dari tahun 2010 hingga tahun 2012 ),dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Tabel 1.1 :**  
**Omset Penjualan dan Jumlah Konsumen Toko Buku Zanafa**  
**Pekanbarudari Tahun 2010 Hingga Tahun 2012.**

<b>Tahun</b>	<b>Omset Penjualan</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>
2010	Rp; 1.828.096.000	24.516 orang
2011	Rp; 2.320.959.000	39.932 orang
2012	Rp; 2.806.004.000	46.789 orang

**Sumber : Toko Buku Zanafa Pekanbaru**

Berdasarkan tabel diatas 1.1 diatas terlihat bahwa omset penjualan dan jumlah konsumen pada toko buku zanafa pekanbaru mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa wiraniaga dan beberapa orang konsumen yang ada di toko buku zanafa mengatakan bahwa toko buku zanafa mempunyai ruangan yang besar tetapi tidak tertata rapi dan terlalu padat isinya,baik itu susunan bukunya ataupun rak buku yang susunannya tidak enak di pandang oleh mata,di tambah kurang nya papan tanda di setiap rak bukunya,warna yang ada di toko buku zanafa terdapat warna merah sehingga kelihatan mencolok warnanya,kalau pencahayaan nya di siang hari agak gelap mengakibatkan bukunya agak kusam sedangkan penataan AC di siang

hari agak panas dan biasa-biasa aja dan malam nya kadang-kadang terlalu dingin.

Atas dasar penjabaran pemikiran diataslah penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Suasana Tokoh (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Buku Zanafra Pekanbaru*”

## **1.2 PerumusanMasalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut : *Bagaimanakah pengaruh suasana toko (store atmosphere) yang terdiri dari komunikasi visual, pencahayaan, warna, pendingin ruangan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Buku Zanafra Pekanbaru.*

## **1.3 TujuanPenelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh suasana toko (*Store Atmosphere*) terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Buku Zanafra Pekanbaru
2. Untuk mengetahui faktor manakah yang memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat beli konsumen pada Toko Buku Zanafra Pekanbaru

## **1.4 ManfaatPenelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
2. Sebagai bahan masukan bagi Toko Buku Zanafa Pekanbaru tentang cara atau kebijakan dalam meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Toko Buku
3. Sebagai bahan informasi bagi Toko Buku Zanafa Pekanbaru tentang Pengaruh suasana toko (*Store atmosphere*) terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Buku
4. Sebagai sumber informasi atau bahan penelitian bagi pihak lain yang mungkin tertarik untuk melakukan penelitian pada aspek yang sama dimasa yang akan datang.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya kedalam enam bab. Dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, di kemukakan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa yang tepat untuk digunakan.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktivitas dan pertumbuhan perusahaan serta struktur organisasi perusahaan.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan di uraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan.

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terkait (perusahaan).