

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis ritel merupakan suatu bisnis yang dapat memberikan keuntungan keuntungan yang sangat besar dan memiliki peluang yang banyak untuk dikembangkan. Ritel juga merupakan bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk dan layanan penjualan kepada konsumen untuk penggunaan atau konsumsi perseorangan maupun kelompok. Di Indonesia saat ini persaingan bisnis sudah sangat ketat sehingga setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup. Perkembangan bisnis ritel berkembang dengan pesat dari tahun ke tahun dengan adanya sebuah konsep bisnis tradisional menjadi sebuah bisnis yang modern.

Perusahaan mulai memperhatikan konsep pertokoan mereka menjadi modern dan menarik agar konsumen menjadi tertarik untuk datang dan membeli produk yang ditawarkan. Perusahaan yang ingin mempertahankan perusahaannya harus memiliki strategi yang mampu bersaing untuk mengungguli pesaingnya. Untuk menghadapi kondisi persaingan yang semakin ketat, peritel harus memiliki keunggulan yang kompetitif yang membedakan produknya dengan produk yang lain. Keunggulan yang dilakukan juga harus disertai dengan inovasi produk. Inovasi tidak hanya dilakukan pada produk saja melainkan dengan keadaan lingkungan toko. Dengan adanya pengaturan lingkungan toko yang baik diharapkan konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.

Mall merupakan salah satu bentuk bisnis ritel modern. Mall adalah jenis perbelanjaan secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur

dan memiliki jalur untuk berjalan-jalan yang teratur sehingga berada diantara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Salah satu mall yang berada di Jawa Timur tepatnya di Kota Mojokerto adalah *Sunrise Mall*. *Sunrise Mall* adalah pusat perbelanjaan dan hiburan keluarga pertama dan terbesar di Mojokerto. Selain menghadirkan banyak toko retail nasional seperti Matahari *Departement Store*, dan *D'Cost*, *Sunrise Mall* juga telah menghadirkan banyak toko retail international seperti Samsung, *Jco*, Miniso, dan masih banyak lagi. *Sunrise Mall* menyediakan berbagai macam toko mulai dari pakaian, aksesoris, sampai makanan.

Sejak berdirinya *Sunrise Mall* Mojokerto memberikan respon yang positif terhadap masyarakat sekitar. Tidak perlu terlalu jauh untuk berbelanja dan mendapatkan *brand* yang diinginkan, di *Sunrise Mall* juga memberikan *brand-brand* terkenal dan tidak kalah dengan Mall yang berada di daerah lainnya. Dengan adanya beberapa *stand* yang terkenal membuat pengunjung cukup puas untuk berbelanja dan bisa mendapatkan apa yang pengunjung inginkan. Didukung dengan desain bangunan yang luas dan memiliki *temperature* gedung yang cukup dingin, memberikan kesan yang sangat nyaman ketika berkunjung di *Sunrise Mall*.

Meskipun *Sunrise Mall* terbilang baru beberapa tahun berdiri, *Sunrise Mall* memiliki jumlah pengunjung yang tidak sedikit dan selalu ramai. Apalagi ketika menjelang Hari Raya Idul Fitri, pengunjung *Sunrise Mall* bahkan lebih banyak dibandingkan dengan hari-hari biasanya. *Sunrise Mall* selalu memberikan strategi yang baik untuk menarik perhatian para konsumen agar banyak yang

berkunjung meskipun hanya untuk menghabiskan waktu, karena suasana di *Sunrise Mall* cukup banyak diminati konsumen walaupun hanya sekedar untuk berbincang bersama keluarga, saudara, teman, dan rekan kerja sehingga *Sunrise Mall* tidak pernah sepi pengunjung. Hal ini diperkuat dengan jumlah data pengunjung *Sunrise Mall* di Mojokerto sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto Periode April – Juni 2019

Bulan	Jumlah Kunjungan Perbulan	
	Rata-Rata	Weekend
April	2.446	3.368
Mei	4.007	5.419
Juni	2.746	3.567

Sumber: Matahari *Departement Store* pada tahun 2019

Dari data tabel 1.1 dapat dilihat jumlah pengunjung yang mengunjungi *Sunrise Mall* Mojokerto per bulannya selalu meningkat. Bahkan pada bulan Mei 2019 jumlah pengunjung jauh lebih banyak dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya, dikarenakan akan mendekati hari Raya Idul Fitri. Dari peningkatan pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto, hal tersebut memberikan respon yang positif bagi pengunjung yang mengunjungi *Sunrise Mall* Mojokerto. Maka karena itu, peneliti melakukan wawancara terhadap pengunjung yang datang ke *Sunrise Mall*. Wawancara terhadap 10 responden tentang bagaimana respon pengunjung ketika mengunjungi *Sunrise Mall* Mojokerto:

Tabel 1.2

Hasil Wawancara Respon Pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto

Responden	Pernah Berkunjung	Hasil Wawancara
Responden 1	5 kali	-Pengunjung <i>Sunrise Mall</i> relatif ramai dan memiliki perkembangan -Banyak <i>stand</i> yang belum terisi - <i>Sunrise Mall</i> memiliki bangunan yang besar dan bagus -Letaknya tidak terlalu jauh, dekat dengan rumah
Responden 2	4 kali	- <i>Sunrise Mall</i> memiliki bangunan yang bagus -Terdapat hiburan yang menarik -Masih ada <i>stand</i> yang kosong -Baunya segar
Responden 3	5 kali	-Pengunjung <i>Sunrise Mall</i> relatif ramai -Bangunan yang megah dan luas -Masih terdapat <i>stand</i> yang belum terisi
Responden 4	3 kali	-Lokasi yang strategis -Bangunan Mall yang

		<p>modern dan nyaman</p> <ul style="list-style-type: none"> -Terasa dingin ketika masuk mall -Karyawan yang ramah
Responden 5	5 kali	<ul style="list-style-type: none"> -Akses jalan ke mall mudah -Lebih mudah mencari produk yang diinginkan -Bangunannya yang besar dan bagus
Responden 6	5 kali	<ul style="list-style-type: none"> -Terdapat <i>stand</i> yang kosong -Bangunan mall yang bagus dan luas -Tempat parkir terlalu jauh
Responden 7	3 kali	<ul style="list-style-type: none"> -Bangunannya besar, bagus dan dingin -Karyawan yang ramah -Enak untuk bersantai
Responden 8	5 kali	<ul style="list-style-type: none"> -Produk yang lumayan lengkap -Gedung yang besar dan luas
Responden 9	4 kali	<ul style="list-style-type: none"> -Suhu yang dingin dalam gedung -Baunya segar -Gedung yang luas
Responden 10	2 kali	<ul style="list-style-type: none"> -Tempat parkir yang jauh dan panas

		-Pengunjung yang relatif ramai -Gedungnya luas
--	--	---

**Wawancara dilakukan pada tanggal 6-7 Juli 2019*

Sumber : Wawancara langsung oleh peneliti

Sesuai dengan hasil wawancara langsung, kesan yang didapat dari sebagian banyak responden adalah *Sunrise Mall* Mojokerto memiliki gedung atau bangunan yang bagus dan luas, pengunjungnya ramai apalagi hari sabtu dan minggu, baunya segar ketika masuk ke dalam Mall. Selain itu terdapat beberapa keluhan dari pengunjung seperti ada *stand* yang masih belum terisi, tempat parkir yang jauh dan panas.

Menurut (Octaprinanta & Kumadji, 2013) suasana hati atau emosi seseorang dapat dipengaruhi oleh desain toko, cuaca, atau faktor yang dirasa peka bagi konsumen. Jadi, emosi merupakan salah satu aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam mempengaruhi pengunjung maupun calon pengunjung karena dapat mendorong pengunjung untuk melakukan pembelian tanpa bisa ditahan. Secara khusus, emosi atau suasana hati pengunjung dianggap sebagai variabel situasional yang mempengaruhi perilaku pembelian seseorang. Pengunjung yang merasa nyaman dengan lingkungan toko ditambah dengan motivasi *emosional* maka akan memungkinkan meningkatnya pembelian impulsif (Yistianim M.N.N., 2012).

Menurut (Kotler, 2009) salah satu strategi yang dapat dilakukan *retailer* adalah dengan menciptakan *store atmosphere* yang nyaman dapat memberikan kesan menarik kepada pengunjung sehingga dapat mempengaruhi pengunjung

untuk melakukan pembelian. Pengunjung saat ini lebih cerdas dengan memilih pusat perbelanjaan dengan atmosfer yang menyenangkan, aman, nyaman, serta memberikan perasaan puas dan terhibur setiap kali melakukan aktivitas berbelanja. Perasaan senang yang dialami oleh pengunjung ketika melakukan aktivitas berbelanja merupakan sebuah peluang bagi para pengelola mall. Semakin lama dan semakin puas pengunjung berada dalam mall tersebut, maka hal ini diharapkan akan mendorong pengunjung untuk melakukan pembelian. Peluang ini dapat tercipta ketika pihak mall tersebut dapat menciptakan atmosfer mall yang menyenangkan agar para pengunjung betah berlama-lama berada di dalam mall dan bisa melakukan tindakan lanjutan yaitu pengunjung membelanjakan uangnya.

Sunrise Mall Mojokerto bisa dikatakan mall yang sering memberikan diskon, keramahan para karyawan dalam melayani pengunjung dan merupakan perusahaan ritel yang menyediakan segala jenis kebutuhan sehari-hari, hal inilah mendasari banyak yang melakukan pembelian di *Sunrise Mall* Mojokerto. Berikut ini gambar *store atmosphere Sunrise Mall* Mojokerto dalam meningkatkan *emotional response* pengunjung.





Gambar 1.1 Penataan Stand dan pemberian Diskon *Sunrise Mall*

Mojokerto

Sunrise Mall Mojokerto menyediakan *stand* yang memberikan diskon serta *store atmosphere* yang baik untuk menarik hati konsumen. *Sunrise Mall* Mojokerto memiliki peran yang sangat kuat dalam pembentukan emosi konsumen yang berbelanja didalam tokonya. Oleh karena itu *store atmosphere* sangat diperlukan dalam membentuk emosi konsumen yang cenderung berperilaku afektif (*pleasure-arousal-dominance*). *Pleasure* mengacu pada tingkat dimana individu merasakan baik, penuh kebahagiaan, dan bergembira, atau puas dalam situasi; *arousal* mengacu pada tingkat dimana individu merasakan tertarik, siaga, atau aktif dalam suatu situasi; dan *dominance* ditandai dengan perasaan yang direspon konsumen saat mengendalikan atau dikendalikan oleh lingkungan. *Store atmosphere* melibatkan afeksi dalam bentuk emosi dalam toko yang mungkin tanpa disadari sepenuhnya oleh pelanggan ketika sedang berbelanja. Rangsangan lingkungan mempengaruhi status emosi pelanggan, yang mana pada gilirannya, akan mempengaruhi pendekatan perilaku berupa mendekat atau menghindar. Perilaku mendekat adalah keinginan pengunjung untuk tetap tinggal lebih lama

dalam toko, kemudian pengunjung tersebut melakukan pencarian serta berafiliasi dengan pengunjung lain maupun dengan pihak penjual. Sedangkan perilaku menghindar adalah perilaku yang sebaliknya.

Tingkah laku manusia dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Penciptaan atmosfer ritel yang baik akan dirasa nyaman oleh konsumen sehingga dapat berpengaruh secara langsung pada emosional pengunjung saat berada di dalam gerai. Suasana di luar toko, suasana di dalam toko, tata letak toko, dan hiasan interior toko yang merupakan komponen dari toko suasananya bisa membangkitkan kenikmatan pengunjung, pengunjung gairah, dan rasa kebebasan pengunjung atau dominasi saat pengunjung berada di dalam toko. Menurut (Chang, 2009) menyimpulkan bahwa emosional kondisi *store* mempengaruhi konsumen yang akan menyebabkan degradasi. Perasaan emosional akan membuat dua orang dominan, yaitu euforia dan membangkitkan keinginan, keduanya muncul dari hobi atau keinginan yang merupakan dorongan mendadak (Chang, 2009).

Dengan demikian pengunjung yang bertumbuh dan persepsi akan berbelanja suasananya, maka akan menjadi pengunjung emosional yang baik. Hal ini berdasarkan penelitian yang dilakukan (Purwa & Yasa, 2014) menjelaskan bahwa *store environment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *emotional state*. Dengan kata lain, semakin tinggi *store environment* yang dirasakan oleh konsumen maka semakin positif *emotional state* yang dirasakan konsumen. Artinya kehadiran *store environment* atau lingkungan toko yang memadai dapat

meningkatkan *emotional state* atau emosi yang positif pada konsumen saat berbelanja di Tiara Dewata *Super Market*.

Dengan demikian pihak perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Mojokerto dan sekitarnya, dan dengan memperhatikan strategi *store atmosphere* agar masyarakat yang berkunjung menjadi nyaman saat berbelanja, sehingga menimbulkan *emotional responses* yang kuat saat berkunjung ke *Sunrise Mall* Mojokerto.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *EMOTIONAL RESPONSES* (Studi Kasus di *SUNRISE MALL MOJOKERTO*).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yaitu:

1. Apakah *Sight Appeal* berpengaruh signifikan terhadap *Emotional Response* pada pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto?
2. Apakah *Sound Appeal* berpengaruh signifikan terhadap *Emotional Response* pada pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto?
3. Apakah *Scent Appeal* berpengaruh signifikan terhadap *Emotional Response* pada pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto?

1.3 Batasan Masalah

Di dalam suatu penelitian, perlu diadakan pembatasan masalah. Hal ini dilakukan untuk memfokus lingkup penelitian, selain itu hal ini dilakukan karena adanya keterbatasan waktu pelaksanaan penelitian. Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada kajian *store atmosphere* dan *emotional responses*
2. Penelitian ini hanya berfokus pada pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Sight Appeal* terhadap *emotional response* pada pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto.
2. Untuk mengetahui, mengalisis dan menjelaskan pengaruh *Sound Appeal* terhadap *emotional response* pada pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto.
3. Untuk mengetahui mengalisis dan menjelaskan pengaruh *Scent Appeal* terhadap *emotional response* pada pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan tambahan referensi sekaligus wawasan dalam mengembangkan ilmu tentang pemasaran khususnya mengenai Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Emotional Responses*.

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pemahaman mengenai respon pengunjung terhadap atmosfer yang diberikan oleh *Sunrise Mall* Mojokerto.