

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis yang kompetitif berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis, karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba. Dalam rangka memenangkan persaingan perusahaan diuntut untuk menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga. Hal ini disebabkan karena meningkatnya kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusatpusat olahraga seperti gym, lapangan futsal, lapangan sepakbola dan masih banyak lainnya.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu Toko Olah raga di Kabupaten Bireuen. Toko Olah Raga di Kota Bireuen yang kian bertambah dari akhir tahun 2020 sampai awal tahun 2023, hal ini diakibatkan oleh trend bagi kalangan masyarakat kota Bireuen yang dijadikan atribut modis. Semakin banyak aktivitas olahraga yang diminati masyarakat, semakin banyak pula Toko Olah Raga berlomba untuk menyediakan atribut olahraga yang lengkap dan trendi. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atribut Toko Olah Raga di Kota Bireuen yang terpilih dari pengecer khusus pakaian aktif yang berdampak pada perilaku konsumen.

Persaingan antar Toko Olah Raga di Kabupaten Bireuen semakin meningkat seiring meningkatnya daya saing. Penelitian ini focus pada salah satu Toko Sport di Kabupetan Bireuen yaitu “Bireuen Sport”. Bireuen sport berlokasi di Jl. Prof. A. Majid Ibrahim No.3, Pulo Ara Geudong Teungoh, Kec. Kota Juang, Kabupaten Bireuen, Aceh 24261, Indonesia, Bireun. Bireuen Sport menawarkan berbagai macam perlengkapan olahraga yang memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai kalangan. Dengan fokus pada kualitas, keberagaman produk, dan pelayanan pelanggan yang unggul, Bireuen Sport bertujuan menjadi mitra setia bagi individu, atlet, dan tim olahraga. Kunci untuk meraih tujuan perusahaan adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai pasar sasaran. Konsumen sendiri merupakan kunci utama perusahaan dalam meraih keuntungan dan pangsa pasar yang tinggi (Kotler, 2019). Setiap toko berusaha untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan berbagai cara.

Keputusan pembelian menunjukkan tindakan dalam memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dengan pengenalan maupun penyelesaian masalah yang dikumpulkan oleh seorang konsumen dan mewujudkannya dengan tindakan yang nyata. Setelah proses tersebut, barulah konsumen dapat mengevaluasi pilihannya, dan menentukan akan sikap yang diambil selanjutnya untuk menggunakan produk atau jasa tersebut, (Asman & Apriliani, 2020). Secara sederhana konsumen akan mencari informasi tentang produk yang dibutuhkan, kemudian mereka akan mengevaluasi produk yang dirasakan paling cocok dan

dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Langkah selanjutnya konsumen akan memutuskan untuk membeli atau tidak.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah atribut toko. Penting bagi perusahaan untuk memiliki pemahaman yang mendalam terhadap konsumen, dan salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah melalui atribut toko yang mencerminkan identitas merek. Atribut toko meliputi tingkat kepentingan atau performa minimum suatu tempat pemasaran yang dapat diterima konsumen sebagai pembentuk motivasi untuk membeli (Romadhoningrum & Santosa, 2022). Atribut toko ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai yang mereka dapatkan dari suatu produk atau layanan. Atribut toko mencakup elemen-elemen seperti desain interior, penempatan produk, dan pengalaman berbelanja. Desain interior yang menarik dan sesuai dengan nilai merek dapat menciptakan atmosfer yang memikat konsumen. Penempatan produk yang strategis di dalam toko dapat memudahkan konsumen menemukan produk yang mereka cari. Selain itu, pengalaman berbelanja yang menyenangkan, termasuk layanan pelanggan yang ramah dan efisien, dapat membentuk persepsi positif konsumen sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian.

Bireuen Sport menonjolkan atribut toko yang mencerminkan komitmen terhadap kualitas dan keberagaman produk. Desain interior yang bersih dan teratur menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, sementara penataan produk yang terorganisir membuat konsumen dengan mudah menemukan perlengkapan olahraga yang mereka butuhkan. Display yang kreatif dan informatif memberikan penekanan pada inovasi produk dan memberikan panduan

yang jelas kepada konsumen. Bireuen Sport terus berinovasi dengan menyediakan produk-produk terbaru dan teknologi terkini dalam dunia olahraga. Dengan bekerjasama dengan merek-merek terkemuka, toko ini menawarkan perlengkapan olahraga yang tidak hanya tahan lama tetapi juga mengikuti tren terkini. Komitmen terhadap keunggulan diwujudkan melalui pemilihan teliti produk, penyediaan barang-barang terbaik, dan kehadiran dalam komunitas olahraga untuk memastikan bahwa Bireuen Sport tetap menjadi pilihan utama bagi pecinta olahraga yang bersemangat.

Selain itu, promosi juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau merek yang dijual (Kotler & Keller, 2019). Promosi dapat berupa diskon, penawaran khusus, iklan, atau kegiatan pemasaran lainnya yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk membeli produk atau layanan tertentu. Promosi yang efektif dapat menciptakan kesadaran, minat, dan keinginan konsumen untuk membeli.

Dalam rangka mencapai visi sebagai Toko utama bagi para pecinta olahraga, Bireuen Sport merancang berbagai bentuk promosi yang mencerminkan komitmen mereka terhadap kualitas, inovasi, dan pelayanan pelanggan. Diskon dan penawaran khusus diimplementasikan untuk memberikan insentif kepada konsumen agar dapat merasakan produk berkualitas tinggi dengan harga yang lebih terjangkau. Program loyalitas diperkenalkan untuk meningkatkan

keterlibatan pelanggan jangka panjang, dengan memberikan reward bagi setiap pembelian.

Kolaborasi dengan atlet atau tokoh olahraga lokal juga menjadi bagian dari strategi promosi, di mana kehadiran mereka membantu membangun citra merek yang kuat dan kredibel di mata konsumen. Acara dan workshop olahraga yang diselenggarakan oleh Bireuen Sport bukan hanya sebagai bentuk promosi tetapi juga sebagai wujud komitmen terhadap komunitas olahraga lokal, menciptakan hubungan yang erat dengan pelanggan. Bireuen Program referral dan kerjasama dengan sekolah atau klub olahraga lokal juga dilakukan untuk meningkatkan pelanggan dan membangun hubungan saling menguntungkan dengan berbagai pihak sehingga berbagai bentuk promosi ini mempengaruhi peningkatan Keputusan pembelian.

Selanjutnya, kepercayaan juga merupakan faktor yang signifikan dalam keputusan pembelian. Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya, (Mowen & Minor, 2017). Konsumen cenderung memilih untuk membeli dari toko atau merek yang mereka percayai. Kepercayaan dapat dibangun melalui reputasi toko atau merek, pengalaman pribadi, rekomendasi dari orang lain, atau ulasan positif dari konsumen lain. Konsumen yang percaya pada toko atau merek tertentu cenderung lebih cenderung untuk membeli produk atau layanan dari mereka.

Dalam kombinasi, atribut toko, promosi, dan kepercayaan saling berinteraksi dan saling mempengaruhi dalam membentuk keputusan pembelian

konsumen. Konsumen akan mempertimbangkan atribut toko saat memilih di antara berbagai pilihan, promosi dapat mempengaruhi persepsi nilai dan minat konsumen, dan kepercayaan akan mempengaruhi keputusan akhir mereka. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang pengaruh atribut toko, promosi, dan kepercayaan dapat membantu toko dan merek untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Bireuen Sport melalui kualitas produk, inovasi, dan pelayanan pelanggan, secara langsung membangun kepercayaan konsumen. Kualitas produk yang konsisten dan keberagaman pilihan yang ditawarkan menciptakan kesan bahwa Bireuen Sport memahami kebutuhan konsumen dan memberikan solusi yang dapat diandalkan. Konsumen yang merasa yakin terhadap kualitas produk akan lebih cenderung memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap merek dan toko tersebut. Kolaborasi dengan atlet atau tokoh olahraga lokal juga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen, karena kehadiran mereka memberikan dukungan tambahan terhadap kredibilitas merek. Promosi yang transparan, seperti diskon yang jelas dan program loyalitas yang mudah dimengerti, membangun kepercayaan konsumen terhadap nilai dan keuntungan yang mereka peroleh dari setiap pembelian.

Berdasarkan uraian empiris diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Atribut Toko Terhadap Keputusan pembelian Konsumen pada Toko Olah Raga Bireuen Sport.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah atribut toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko olah raga Bireuen Sport Kabupaten Bireuen?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko olah raga Bireuen Sport Kabupaten Bireuen?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko olah raga Bireuen Sport Kabupaten Bireuen?
4. Apakah atribut toko, promosi dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada olah raga Bireuen Sport Kabupaten Bireuen?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh atribut toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko olah raga Bireuen Sport Kabupaten Bireuen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko olah raga Bireuen Sport Kabupaten Bireuen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko olah raga Bireuen Sport Kabupaten Bireuen.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh atribut toko, promosi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko olah raga Bireuen Sport Kabupaten Bireuen.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dikelompokkan berdasarkan manfaat secara praktis dan manfaat secara teoritis.

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Hasil Penelitian menyediakan bukti empiris yang dapat digunakan untuk merancang kebijakan yang lebih efektif dan relevan.
2. Perusahaan dapat menggunakan temuan penelitian untuk meningkatkan produk mereka, menyesuaikan strategi pemasaran, atau mengidentifikasi peluang inovasi baru.

1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini membantu dalam memperdalam pemahaman terhadap konsep-konsep dan teori di suatu bidang tertentu.
2. Dapat menjadi rujukan bagi penelitian yang akan datang