

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, pendidikan menjadi perhatian yang sangat penting untuk kemajuan suatu negara. Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepriadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat. Setiap satuan pendidikan, media pendidikan, buku dan sumber belajar lainnya, serta perlengkapan lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran yang teratur dan berkelanjutan.

Industri buku di Indonesia dengan lebih dari 250 juta populasi masyarakatnya terus bertumbuh seiring juga meningkatnya perekonomian dan naiknya jumlah kelas menengah Indonesia. Buku menjadi penting sebagai media informasi, edukasi, dan hiburan yang menunjukkan kemajuan intelektual suatu bangsa.

Siapa yang ingin berkembang atau bereksplorasi akan pengetahuan yang dimiliki, buku adalah salah satu jawabannya. Ini disebabkan buku merupakan salah satu media informasi yang sangat berperan aktif dengan ilmu pengetahuan masyarakat. Banyak buku yang dapat memberikan pengetahuan yang cukup bagi individu, misalnya komik, novel, buku motivasi, biografi, buku agama dan buku pengetahuan yang lainnya yang disesuaikan dengan umur atau disesuaikan dengan pengetahuan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh

individu. Salah satu sumber untuk membeli buku itu sendiri bermacam-macam, salah satunya tentu dari Toko Buku yang sekarang sudah tersebar hampir di seluruh kota di Indonesia.

Salah satu Toko Buku yang sering dikunjungi adalah Toko Buku Togamas. Saat ini Toko Buku Togamas sudah membuka lebih dari 20 cabang yang tersebar di daerah Jawa dan Bali. Salah satu cabang yang ada di kota Surabaya berada di Jl. Margorejo Indah No. A-112 Surabaya 60238 Jawa Timur sejak awal pendirian pada tahun 2011 berupaya memajukan pendidikan di daerah melalui peningkatan minat baca masyarakat dengan menyediakan buku-buku murah bermutu. Bila dibandingkan dengan toko buku lainnya. Toko Buku Togamas memiliki keunikan tersendiri dimana interiornya dan konsep tokonya berbeda dengan toko lainnya. Toko ini memiliki penyimpanan tas sebelum pintu masuk untuk menciptakan keamanan dan kenyamanan pelanggan. Toko Buku togamas juga memberikan penyampulan buku secara gratis kepada konsumen yang membeli buku dengan harga yang telah ditentukan.

Dengan kualitas produk yang baik serta harga yang sesuai membuat konsumen tetap membeli produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2009:354) kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Maka hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu harga juga

merupakan komponen penting atas suatu produk karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Menurut Kotler dan Keller (2009:117) harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya. Sama halnya seperti kualitas produk dan harga, *store atmosphere* juga berperan penting dalam hal ini. *Store atmosphere* adalah salah satu marketing mix dalam gerai yang berperan penting dalam memikat pembeli, membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan dan mengingatkan mereka produk apa yang ingin dimiliki baik untuk keperluan pribadi maupun untuk keperluan rumah tangga (Ma'ruf 2006:201) *Store Atmosphere* tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja pada konsumennya tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual apabila suasana dalam toko tersebut indah dan baik. Selain itu *store atmosphere* juga dapat memberikan citra toko itu sendiri. Citra toko yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan terhadap persaingan. Pemilik toko juga dapat mendesain tokonya dengan menarik dan seunik mungkin agar dapat membuat konsumen merasa aman dan nyaman sehingga ia bersedia melaksanakan keputusan pembeliannya. Dengan arti lain *store atmosphere* dapat mempengaruhi perasaan konsumen yang berkunjung di toko sehingga bisa tertarik untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dan kajian lebih mendalam yang kemudian dapat

digunakan untuk menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi dengan judul.

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Buku Togamas cabang Margorejo Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis.

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Buku Togamas cabang Margorejo Surabaya?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Buku Togamas cabang Margorejo Surabaya?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Buku Togamas cabang Margorejo Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Buku Togamas cabang Margorejo Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Buku Togamas cabang Margorejo Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Buku Togamas cabang Margorejo Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Aspek akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak manajemen

Toko Buku Togamas cabang Margorejo Surabaya untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan daya beli konsumen.

2) Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran serta dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

3) Aspek praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan perpustakaan dan sebagai bahan informasi untuk bahan penelitian dengan tema yang sama serta sebagai persyaratan untuk mendapat gelar sarjana.