

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Ritel adalah cara untuk memasarkan produk dan mencakup aktivitas apa pun yang menjual produk secara langsung kepada pengguna akhir untuk penggunaan pribadi dan non-bisnis. Peritel modern juga menarik banyak orang dengan perkembangan ekonomi, teknologi, dan gaya hidup yang menciptakan permintaan akan kenyamanan berbelanja. Lotte Mart di Center Point Medan adalah salah satu retailer yang masih bertahan di masa pandemi ini. Lotte Mart adalah pengecer Asia yang termasuk dalam divisi Lotte Co., Ltd., yang merupakan bagian dari chaebol Korea "Lotte". Berkantor pusat di Seoul, peritel Korea ini memiliki tiga grosir Lotte di Sumatera: Pekanbaru, Palembang dan Medan, berlokasi di Mall Center Point Medan (Navira dan Miraza, 2021).

Di awal tahun 2020, virus Covid-19 menyerang Indonesia sehingga membatasi aktivitas di luar rumah (Fransiska dan Madiawati, 2021). Hal ini berdampak pada sedikitnya jumlah pengunjung mal. Survei dilakukan pada Juli 2021 dengan hingga 50% alasan untuk berkunjung, hingga 27% untuk melihat-lihat, dan hingga 23% untuk membawa teman dan keluarga. Dari temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak semua pengunjung datang ke Lotte Mart Center Point Medan untuk berbelanja.

Store atmosphere merupakan salah satu elemen retail mix yang perlu diperhatikan oleh retailer (Rizki dan Wardana, 2016: 3). Suasana dimaksudkan untuk komunikasi tidak langsung dan dapat menunjukkan kelas sosial dari barang yang dijual. Karena konsumen senang, kita juga bisa melakukan salah satu upaya untuk mendorong konsumen membeli dengan memberikan suasana yang nyaman di toko. diharapkan dari pembelian. Berdasarkan survei yang dilakukan

pada bulan Juni 2021, target pengunjung adalah (1) belanja hingga 36%, (2) wisata hingga 39%, dan (3) bersama teman/keluarga hingga 25%. Dari temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak semua pengunjung datang ke Lotte Mart Center Point Medan untuk berbelanja.

Keragaman produk juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Berbagai produk yang ditawarkan oleh selalu tersedia dan hadir dalam berbagai jenis untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan demikian, konsumen dapat menemukan semua produk yang mereka butuhkan tanpa harus pergi ke toko lain (Rakhmawati dan Trenggana, 2018: 98). Berbagai keluhan konsumen mengenai Lotte Mart Center Point Medan juga dimuat di website Lotte Mart Center Point Medan. Terutama di akhir pekan.

Harga juga menjadi salah satu penentu buat konsumen untuk menentukan apakah akan membeli suatu barang atau tidak. Harga adalah kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. (Satria, 2017:46). Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti telah melakukan survey pada bulan 1 Juni 2021 kepada 20 responden yang berkunjung ke *Lotte Mart Center Point* Medan. Ada beberapa harga jual yang tidak mengalami peningkatan. Bahkan ada juga produk yang mengalami penurunan. Namun, pesanan tidak meningkat meskipun harga jual menurun. Minat beli merupakan keinginan yang muncul untuk membeli sebuah merek atau produk tertentu akibat pengamatan dan pembelajaran yang dialami oleh konsumen pada sebuah produk (Atmojo dan Saraswati, 2020:71).

Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “ **Pengaruh *Store Atmosphere*, *Product Assortment*, dan Harga Terhadap Minat Beli Pada *Lotte Mart Center Point* Medan**”.

I.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah sesuai dengan latar belakang yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Store Atmosphere* yang tidak memuaskan terlihat dari komentar pengunjung tentang pengelolaan area parkir yang tidak teratur dan penuh di *Lotte Mart Center Point* Medan.
2. *Product Assortment* masih belum maksimal terlihat dari beberapa barang yang tidak berkualitas di *Lotte Mart Center Point* Medan.
3. Harga produk yang mengalami kenaikan harga di *Lotte Mart Center Point* Medan.
4. Minat beli yang menurun terlihat dari hasil penjualan di *Lotte Mart Center Point* Medan.

I.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada *Lotte Mart Center Point* Medan?
2. Bagaimana pengaruh *product assortment* terhadap minat beli konsumen pada *Lotte Mart Center Point* Medan?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada *Lotte Mart Center Point* Medan?
4. Bagaimana pengaruh *store atmosphere*, *product assortment*, dan harga terhadap minat beli pada *Lotte Mart Center Point* Medan?

I.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin di capai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada *Lotte Mart Center Point* Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *product assortment* terhadap minat beli konsumen pada *Lotte Mart Center Point* Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada *Lotte Mart Center Point* Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, *product assortment*, dan harga terhadap minat beli pada *Lotte Mart Center Point* Medan?

I.5. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi *Lotte Mart Center Point*

Bagi pihak perusahaan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk menentukan strategi terutama dalam menentukan harga produk.

2. Bagi peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi atau pembandingan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan masalah yang sama ataupun yang berkaitan dengan penelitian ini.