

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Konsep Atmosfer Toko.

Atmosfer toko didefinisikan sebagai berikut:

- (1). *“The store’s characteristics that are used to develop an image and draw customers, such as sights, sounds, smells, and other physical attributes (catalogs, vending machines and web sites) contribute to the image projected to consumers.”* (Berman, 2001: 602)
- (2). *“The psychological feeling a customer gets when visiting a retailer, whereas a “retail image” is a much broader and all-encompassing term relative to the communication tools a retailer uses to position **itself**.”* (Ghosh, 1991:356)
- (3). *“The physical space in which the organization produces or delivers its products and services becomes another powerful image generator.”* (Manson, 1992:613)
- (4). *“The “environment package” which creates or strengthens willingness of consumers to purchase goods”* (Pintel, 1991:233)
- (5). *“The general quality of design which expresses the character of a store, resulting in an institutional personality immediately recognized by the consumer public”* (Birtwistle, 2001: 217)

Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa atmosfer toko adalah sebuah konsep yang memberikan suatu dampak **psikologis** agar

konsumen dapat mengenal toko dengan baik dan menanamkan persepsi tentang toko yang positif untuk mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja.

### 2.1.1. Penataan Toko.

*“Store layout has an important effect on consumer in-store shopping behaviour. Store layout affects the extent of browsing in the store, the movement of consumers among the merchandise, and the amount of time consumers spend in the outlet.”* (Zimmer, 2001: 276)

Penataan toko adalah salah satu elemen penting yang ada dalam faktor atmosfer toko, karena dengan melakukan penataan toko yang benar, seorang pengusaha retail dapat mendapatkan perilaku konsumen yang diharapkan. Dengan menata toko maka konsumen dapat melakukan pemilihan produk dengan baik, menjelajahi toko secara keseluruhan dan menghabiskan waktu lebih banyak di toko. Oleh karena itu seorang pengusaha retail harus dapat melakukan penataan toko dengan baik dan benar, supaya tujuan konsumen tercapai.

*“Store layout is designed to:*

- ♦ *Increase the consumer’s ability to **make** intelligent selections.*
- ♦ *Walk the customer throughout the store if possible.*
- ♦ *Facilitate related-item selling.*
- ♦ *Facilitate “trading up” to higher-quality **or** higher-price items.*
- ♦ *Emphasise the full range of assortments.*
- ♦ *Facilitate inventory control and stockkeeping.*
- ♦ *Enhance the appearance of the store and support the positioning strategy **of the firms.**”*

(Manson, 1992: 616)

Penataan toko memiliki beberapa kegunaan seperti: meningkatkan kesempatan konsumen untuk melakukan pilihan yang bijak, memungkinkan konsumen untuk menjajani toko secara menyeluruh, mendukung penjualan produk

yang berhubungan, mengelompokkan produk, mengurutkan produk sesuai kebutuhan, mempermudah kontrol persediaan, dan mempercantik penampilan toko.

Elemen-elemen dari penataan toko adalah:

- ♦ Alokasi tempat untuk penjualan, barang, karyawan dan konsumen.
- ♦ Pengelompokan produk.
- ♦ Arus keramaian.
- ♦ Kategori barang dan tempat.
- ♦ Lokasi departemen.
- ♦ Pengaturan departemen.

(Berman, 2001: 604)

### 2.1.2. Penataan Eksterior.

*“With its exterior design, a retailer can present a particular store image to consumers. When passing through an unfamiliar business district or shopping center, consumers often judge a store by its exterior. So that a store must be able to create a comfortable environment to shop.”* (Zimmer, 2001: 277)

Gaya penataan eksterior adalah elemen yang paling vital dalam faktor atmosfer toko karena elemen ini merupakan kesan pertama yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen. Konsumen harus dapat merasa nyaman dengan pengelihatannya pertama kali pada **toko** yang akan dilihatnya. Kesan nyaman akan mengundang konsumen untuk memasuki toko dan memungkinkan untuk melakukan pembelian. Maka dari itu seorang pengusaha retail harus dapat menata tampilan eksteriornya dengan baik, enak dilihat dan nyaman di hati konsumen.

*“There are various alternatives to consider in planning exterior layout:*

- ♦ *Modular structure, a one piece rectangle or square that may attach several stores.*

- ♦ *Prefabricated store. a store frame **built in a factory and assembled at the store site.***
- ♦ *Prototype store, used by franchisors **and chains.** Because a consistent atmosphere is sought, uniform exterior are build.*
- ♦ *Recessed exterior. lures people by being recessed from **the** level of other stores.*
- ♦ *Unique building design, a round structure for example.”*  
(Zimmer. 2001 : 278)

Dalam menata tampilan eksterior terdapat beberapa pilihan, seperti: menyusun satuan demi satuan sehingga membentuk kesatuan toko, membuat miniatur toko untuk memudahkan konsumen, memberikan tampilan eksterior yang nyaman, dan membangun gedung dengan unik seperti berbentuk bulat.

Elemen-elemen dari penataan eksterior adalah:

- ♦ Papan petunjuk.
  - ♦ Pintu masuk.
  - ♦ Jendela display.
  - Ukuran bangunan.
  - ♦ Visibilitas.
  - ♦ Keuniknan.
  - ♦ Lingkungan sekitar.
  - ♦ Tempat parkir.
- (Berman, 2001 : 604)

### 2.1.3. Penataan Interior.

*“The significance of interior design lies in the fact that many shopping decisions are made at this **point** of sale, therefore a store must be able to establish a good perception in consumer **”smind.”*** (Zimmer, 2001 : 279)

Elemen penataan interior penting karena pada posisi inilah biasanya pengambilan keputusan untuk membeli diambil. Penataan interior harus dibuat semenarik mungkin dengan warna yang terang, bau yang sedap, penerangan yang baik, musik yang enak didengar dan lain-lain. Penataan interior yang baik akan

memberikan persepsi yang baik pada konsumen sehingga akan dapat mendorong keputusan untuk membeli. Seorang pengusaha retail wajib untuk dapat menanamkan image yang baik melalui penataan interior ini.

*“There are several types of displays to consider in planning interior layout:*

- ♦ *Assortment display, exhibit a wide range of merchandise.*
- ♦ *Theme setting display, depicts a product offering in a thematic manner and portrays a specific atmosphere or mood.*
- ♦ *Ensemble display, a complete product bundle is presented rather than showing merchandise in separate categories.*
- ♦ *Rack display, neatly hang or present products.”*

(Zimmer, 2001: 279)

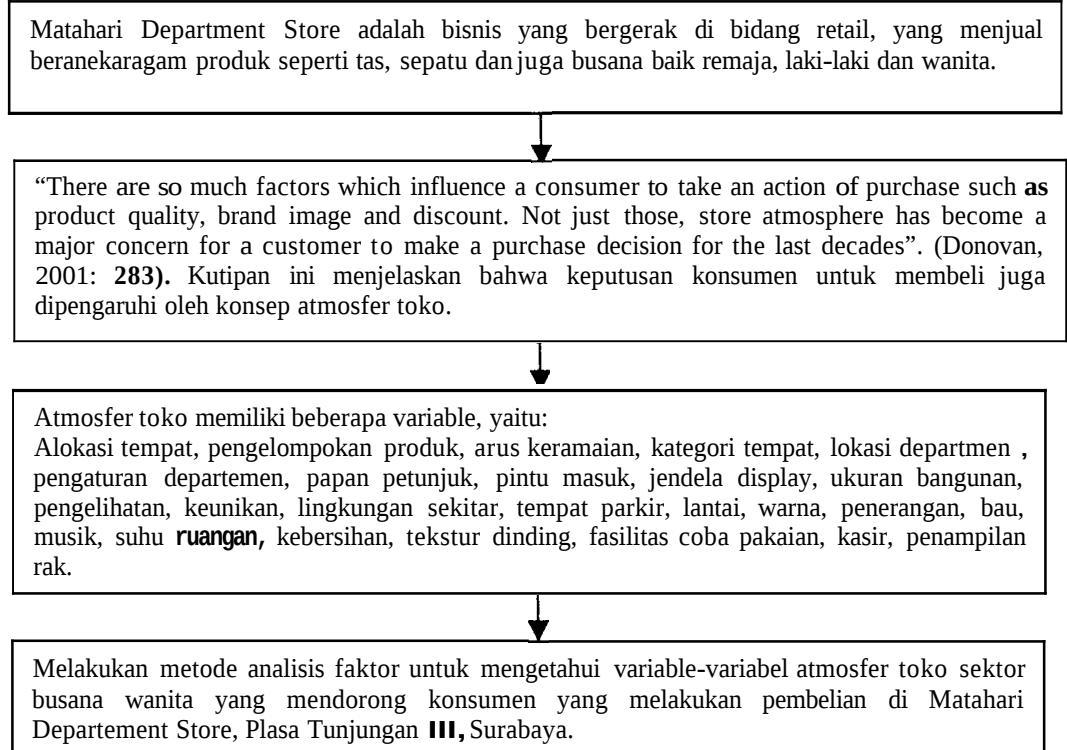
Ada beberapa pilihan dalam melakukan penataan interior seperti: memperhatikan semua pilihan barang, memperlihatkan produk berdasarkan sebuah tema, hari valentin misalnya, menyajikan produk dengan sebuah paket daripada terpisah-pisah dan inenyajikan produk dalam bentuk rapi dan nyaman dilihat.

Elemen-elemen dari penataan interior adalah:

- ♦ Tekstur Lantai.
- ♦ Warna.
- ♦ Penerangan.
- ♦ Bau.
- ♦ Musik.
- Suhu ruangan.
- ♦ Kebersihan.
- ♦ Tekstur dinding.
- ♦ Fasilitas coba pakaian.
- Kasir.
- ♦ Penampilan rak.

(Berman, 2001: 604)

## 2.2. Kerangka Berpikir.



## 2.3. Hipotesa.

Variabel-variabel atmosfer toko seperti musik, jendela display, tempat parkir, penerangan, bau, kebersihan, suhu ruangan, tekstur dinding dan fasilitas coba pakaian mempengaruhi pengaruh terhadap konsumen yang berbelanja di Matahari Department Store, Plasa Tunjungan III, Surabaya.