

BAB 1. PENDAHULUAN

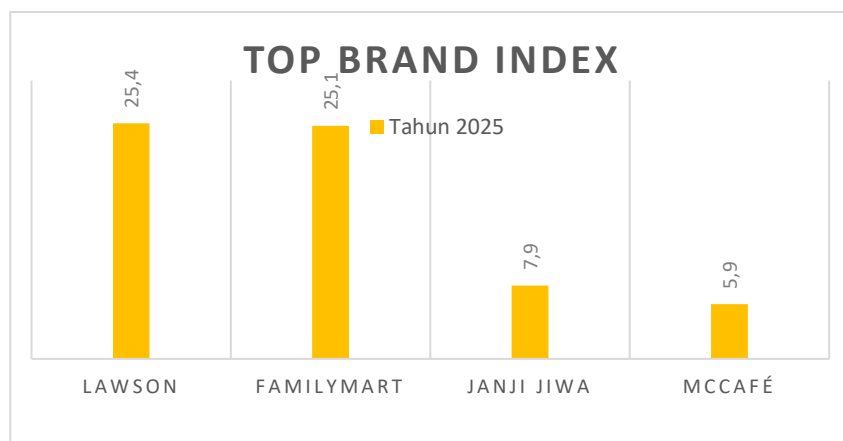
1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia telah menunjukkan dinamika yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Tidak hanya *minimarket* besar seperti Indomaret dan Alfamart yang hadir di hampir setiap sudut kota dan desa, tetapi juga bermunculan bentuk ritel modern lain yang beradaptasi dengan kebutuhan konsumen urban, termasuk *convenience store* yang menyediakan berbagai produk siap saji yang dapat dikonsumsi secara instan. Gerai ritel atau minimarket sendiri hadir sebagai respons terhadap perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menghargai kemudahan, kecepatan, dan aksesibilitas dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perkembangan ritel modern ini tidak hanya mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia, tetapi juga pergeseran preferensi konsumen yang kini lebih memilih pengalaman belanja yang cepat praktis tanpa mengorbankan kenyamanan (Pratama et al., 2025).

Salah satu bentuk bisnis ritel yang semakin populer di Indonesia adalah *convenience store* toko ritel yang menyediakan kebutuhan sehari-hari serta aneka makanan dan minuman siap saji dengan konsep layanan cepat dan praktis. *Convenience store* tidak hanya menawarkan barang kebutuhan pokok, tetapi secara khusus memberikan ruang bagi konsumen untuk memperoleh makanan siap konsumsi seperti bento, onigiri, kopi, dan makanan ringan lainnya dalam satu tempat yang strategis. Secara global dan nasional, beberapa brand *convenience store* ternama yang berkembang di Indonesia antara lain Lawson, FamilyMart, dan Circle K, yang masing-masing menghadirkan karakter produk dan layanan yang khas guna memenuhi kebutuhan konsumen urban. Kehadiran brand-brand ini mencerminkan adanya diversifikasi format ritel modern di Indonesia yang tidak sekadar menjual kebutuhan pokok, tetapi juga memenuhi kebutuhan konsumsi harian yang bersifat cepat dan praktis.

Dalam konteks itu, Lawson muncul sebagai salah satu *convenience store* yang terus memperluas jangkauan operasionalnya di Indonesia. Brand yang

berasal dari Jepang ini memasuki pasar Indonesia sejak awal dekade 2010-an dan terus berinovasi dalam menyajikan produk bermacam makanan siap saji yang relevan dengan selera lokal maupun global, seperti bento, oden, onigiri, dan kopi siap seduh. Lawson berupaya menghadirkan konsep ritel modern yang tidak hanya berfungsi sebagai toko serba ada, tetapi juga menjadi tempat yang nyaman bagi konsumen untuk membeli dan menikmati makanan serta minuman kapan pun diperlukan. Keunggulan Lawson dalam menghadirkan produk siap saji sekaligus pengalaman belanja yang efisien menjadi daya tarik tersendiri di tengah persaingan dengan minimarket dan convenience store lainnya. Selain menyediakan kebutuhan sehari-hari, lawson juga memiliki konsep minimarket dengan layanan makanan siap saji serta area makan didalam gerai sehingga memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda bagi konsumen. Karakteristik tersebut menjadikan lawson tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja, tetapi juga sebagai tempat berkumpul dan memenuhi kebutuhan konsumsi praktis. Oleh karena itu, lawson dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan gerai ritel modern lainnya, sehingga relevan untuk mengkaji pengaruh store layout, citra merek, dan harga. Hal tersebut sejalan dengan laporan Top Brand Award menyatakan bahwa Lawson menjadi tempat nongkrong yang banyak diminati.



Gambar 1. 1 Data Perbandingan Top Brand Index

Sumber: Website Top Brand

Pada tahun 2025, Lawson telah memiliki 3 (Tiga) gerai yang beroperasi di wilayah Kabupaten Jember, yaitu di lokasi Patrang (Jl. PB Sudirman), Summersari

(Jl. Jawa), Kaliwates (Jl. Gajah Mada). Ketiga gerai tersebut tersebar di pusat aktivitas ekonomi dan pemukiman padat penduduk untuk menjangkau berbagai segmen konsumen urban di Jember. Penelitian ini mengambil seluruh cabang Lawson di Kabupaten Jember karena jumlah cabang yang masih terbatas memungkinkan peneliti menjangkau seluruh lokasi 3 penelitian secara efektif. Selain itu, masing-masing cabang memiliki karakteristik lokasi, segmen konsumen, dan tingkat kunjungan yang berbeda. Oleh karena itu, pengambilan seluruh cabang diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai keputusan pembelian konsumen Lawson di Kabupaten Jember. Dalam menghadapi persaingan ritel modern yang semakin ketat, Lawson tidak hanya bersaing dalam aspek produk dan harga, tetapi juga pada kenyamanan toko serta citra merek yang dibangun di benak konsumen. Konsumen cenderung memilih tempat berbelanja yang memberikan pengalaman nyaman, memiliki reputasi baik, serta menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima.

Untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks (Resa & Devi, 2024) Lawson Cabang Patrang perlu mengimplementasikan strategi yang berfokus pada elemen-elemen penting yang dapat memengaruhi kenyamanan dan preferensi konsumen. Tiga variabel yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini adalah *store layout*, citra merek (*brand image*), dan harga. Ketiga faktor ini diidentifikasi mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, karena masing-masing berdampak pada persepsi nilai, kepuasan, serta loyalitas pelanggan terhadap merek.

Store layout memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman belanja yang nyaman dan efisien bagi konsumen (Muzwar et al., 2025). Tata letak toko yang terstruktur dengan baik dapat mempengaruhi kemudahan konsumen dalam menemukan produk, meningkatkan alur pergerakan di dalam toko, dan menciptakan suasana yang menyenangkan. Hal ini pada gilirannya dapat memperkuat keputusan pembelian secara impulsif maupun terencana. Citra merek mencerminkan persepsi umum konsumen terhadap Lawson sebagai pilihan ritel yang terpercaya, modern, dan relevan di era konsumsi instan ini, sehingga citra yang kuat berpotensi meningkatkan kepercayaan dan preferensi pembelian.

Selanjutnya, harga menjadi faktor penting karena konsumen secara langsung mengevaluasi kesesuaian antara nilai yang mereka terima dan biaya yang mereka keluarkan sebelum melakukan transaksi pembelian.

Mengingat pentingnya ketiga variabel tersebut dalam konteks pemasaran ritel modern, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store layout*, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Lawson Cabang Patrang di Kabupaten Jember. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi manajemen Lawson dalam merumuskan strategi pemasaran dan operasional yang lebih efektif, serta memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen dalam menghadapi persaingan ritel yang semakin dinamis di era modern ini.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah *store layout* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cabang Lawson di Kabupaten Jember?
- b. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cabang Lawson di Kabupaten Jember?
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cabang Lawson di Kabupaten Jember?
- d. Bagaimana pengaruh *store layout*, citra merek, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cabang Lawson di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis pengaruh *store layout* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cabang Lawson di Kabupaten Jember.
- b. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cabang Lawson di Kabupaten Jember.
- c. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cabang Lawson di Kabupaten Jember.

- d. Menganalisis pengaruh *store layout*, citra merek, dan harga secara bersama terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cabang Lawson di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, informasi dan pengetahuan kepada perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store layout*, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian produk mereka.

- b. Bagi Peneliti

Bagi Peneliti penelitian ini bertujuan dapat menambah wawasan dan memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori dari dalam bidang pemasaran.

- c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan *variable independent* dan *dependent* dalam penelitian ini.