

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Buku memiliki beragam pengetahuan sehingga berperan penting dalam membuka wawasan dan pemahaman yang luas. Meskipun teknologi digital semakin berkembang, buku terus bertahan bahkan menghadirkan bentuk fisik digital seperti *e-book* yang mempermudah Masyarakat dapat membaca buku lewat alat elektronik seperti *smartphone* atau komputer. Di masa kini, kehadiran internet dan *social media* semakin meluas sehingga membuat masyarakat lebih menghabiskan banyak waktu bermain social media daripada membaca buku.

Dengan kemajuan teknologi sangat memudahkan masyarakat untuk membaca buku digital di perpustakaan *online* seperti Ipusnas hingga *audiobook* yang membuat bisa membaca sambil mendengarkan buku kapan saja.



Sumber: data.goodstats.id (2020-2024)

Gambar 1.1 Tingkat Kegemaran Membaca di Indonesia Tahun 2020-2024

Berdasarkan dari GoodStats 2025, Tingkat Kegemaran Membaca semakin meningkat dengan skor 72,44 pada tahun 2024 berada kategori sedang. Angka ini menunjukkan kenaikan signifikan tahun 2023 mencapai 66,77, lalu tingkat minat baca mencapai 63,9 di 2022, sedangkan pada tahun 2021, angkanya berada di 59,52 tidak jauh berbeda dengan tahun 2020 yaitu 55,74.

Tabel 2.1 Tingkat Minat Membaca di Wilayah Indonesia Tahun 2023

Provinsi	Nilai
DI Yogyakarta	79,99
Bangka Belitung	77,47
Jawa Timur	71,15
Jawa Barat	75,07
Kalimantan Selatan	74,63
Sulawesi Selatan	74,66
Jakarta	72,93

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2025

Menurut laporan data Perpustakaan Nasional (Perpusnas) dalam Databoks terbaru (2024), Yogyakarta adalah kota dengan tingkat minat baca tertinggi mencapai 79,99. Kemudian disusul Bangka Belitung dengan skor 77,47, Jawa Timur mencapai 71,15, Jawa Barat mencapai 75,07. Sedangkan Jakarta menduduki angka mencapai 72,93, DPRD Provinsi DKI Jakarta (2024).

Tabel 1.3 Tabel Top Brand Toko Buku 2020-2024

NO	Nama Toko	Tahun					Ket
		2020	2021	2022	2023	2024	
1	Gramedia	75.10%	76.50%	79.60%	77.60%	93.00%	TOP
2	Gunung Agung	14.40%	14.80%	13.90%	11.60%	5.40%	TOP
3	Toga Mas	5.00%	4.30%	4.10%	4.80%		TOP

Sumber: topbrand-award.com (2020-2024)

Pada tabel 1.2 *Top Brand* 2020-2024, Gramedia mengalami kenaikan signifikan. Pada 2020 saat masa pandemi, mencapai 75.10% tetapi naik sedikit di tahun 2021 dengan 76.10% hingga semakin naik 79.60% di tahun 2022. Tetapi, sempat menurun mencapai 77.60% di 2023 hingga akhirnya naik drastis mencapai 93.00% di tahun 2024. Lalu, Toko Gunung Agung juga sempat mengalami kenaikan di masa pandemi tetapi angkanya kecil mencapai 14.40% sampai 14.80% di tahun 2020-2021 dan turun sedikit ke 13.90% di tahun 2022 hingga menurun drastis mencapai 5.40% di tahun 2024. Sedangkan Togamas juga mengalami peningkatan sedikit naik di tahun mencapai 5.00% tetapi seiring pergantian tahun dalam lima tahun terakhir menurun perlahan bahkan sampai terkecil 4.10% di 2022 dan naik lagi mencapai 4.80% di 2023.

Tabel 1.4 Jumlah Toko Buku Fisik di Indonesia tahun 2023

Nama Toko	Tahun
Gramedia	113
Kharisma	52
Periplus	45
Books&Beyond	38
Gunung Agung	21
Togamas	20
Tisera	15

Sumber: databoks.katadata.co.id (2023)

Menurut Databoks dari tabel 1.3, Gramedia menempati posisi teratas sebagai jaringan toko buku terbesar di Indonesia, diikuti oleh Toko Kharisma dengan 52 toko, dan peringkat ketiga adalah Periplus dengan 45 toko. Hal ini menjadikan Gramedia sebagai toko buku paling eksis dan tak pernah lekang oleh waktu. Namun, pada tahun 2020, situasi ekonomi memburuk akibat dampak pandemi virus corona baru sehingga menyebabkan penjualan buku Gramedia mengalami penurunan sebesar 20% dengan volume penjualan mencapai 1,6 juta buku, tak jarang efek pandemi menyebabkan beberapa toko buku memutuskan gulung tikar yang disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain persaingan antar toko, masalah biaya dan operasional, serta maraknya digital fisik dan informasi yang beredar luas di internet.

Tabel 1.5 Daftar Toko Buku Gramedia di Kota Bekasi

Toko Gramedia	Lokasi
Gramedia Metropolitan Mall Bekasi	Metropolitan Mall Bekasi, Jl. KH. Noer Ali, RT.008/RW.002, Pekayon Jaya, Kec. Bekasi Sel., Kota Bks, Jawa Barat 17148
Gramedia Mega Bekasi Hypermall	Mega Bekasi Hypermall Lt 2 Unit 10186, Jl. Ahmad Yani No.1, Marga Jaya, Kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat
Gramedia World Kota Harapan Indah Kota Bekasi, Jawa Barat	Jl. Harapan Indah Boulevard No.21, Medan Satria, Kec, Medan Satria,
Gramedia Plaza Pondok Gede	Jatiwaringin Pondok Gede Bekasi Jawa Barat, Jl. Raya Pd. Gede, Jatiwaringin, Kec. Pd. Gede, Kota Bekasi, Jawa Barat
Gramedia Grand Metropolitan Mall Bekasi	Grand Metropolitan Mall Lantai LG2 Unit 7, Jl. KH. Noer Ali, Pekayon Jaya, Bekasi Selatan, Jawa Barat
Gramedia Mall Ciputra Cibubur	Mal Ciputra Cibubur Lt G No, Jatikarya, Kec. Jatisampurna, Kota Bekasi, Jawa Barat

Sumber: Diolah oleh Penulis, 2024

Berdasarkan pada tabel 1.4 Gramedia telah memiliki banyak cabang yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia termasuk daerah Bekasi. Dari gambar 1.2, Gramedia menyediakan berbagai perlengkapan produk kebutuhan konsumen. Gramedia merupakan toko buku yang lengkap memiliki interior *design* modern yang tertata baik, dan rapi pada rak-rak produk disusun berdasarkan kategori *genre* untuk buku dan jenis peralatan tulis atau alat kesenian.



Sumber: grandmetropolitan.co.id (2025)

Gambar 1.2 Foto Suasana Toko di Gramedia Grand Metropolitan Bekasi

Selain itu, Gramedia memiliki suasana yang tenang seperti alunan musik yang lembut menciptakan suasana yang mendukung kenyamanan konsumen dalam berbelanja buku maupun produk lainnya. Meskipun memiliki fasilitas, ketersediaan buku lengkap, dan pelayanan baik ternyata masih ada beberapa toko buku sepi pengunjung karena efek kemajuan teknologi semakin maju yang mengubah pola kebiasaan masyarakat beralih bermain *social media*, menonton konten video, hingga bermain *game*.

Rendahnya minat baca juga berdampak pada industri penerbitan buku sehingga mengalami penurunan permintaan terhadap penjualan buku. Banyak toko buku yang terpaksa tutup seperti pada kasus tutupnya Toko Gunung Agung pada 2023 lalu.

Menurut CNN Indonesia (Agustus, 2023), penyebab Toko Gunung Agung tutup permanen dikarenakan perusahaannya tidak bertahan pasca pandemi virus corona tahun 2020. Menurut Manajemen PT. GA Tiga Belas, biaya operasional per-bulan mengalami kerugian yang semakin besar menjadi penyebab Toko Gunung Agung tidak mampu bersaing lagi dengan toko-toko lain seperti Gramedia. Menurut Artikel (Bisnis.Com, 2023), sebelum ditutup Toko Gunung Agung melakukan melakukan cuci gudang besar-besaran dengan menyebar diskon untuk semua buku sehingga menarik antusias banyak pengunjung untuk berbelanja buku terakhir di toko tersebut.



Sumber: Adi Ahdiat, Databoks (2020)

Gambar 1.3 Gambar Grafik Jumlah Judul Buku Baru (2015-2020)

Berdasarkan laporan IKAPI pada gambar 1.3, jumlah judul terbitan buku baru mengalami peningkatan pada tahun 2015-2016, namun mengalami penurunan pada tahun 2020. Sebanyak 37% buku baru terbit secara nasional, sementara 63% sisanya. Kondisi industri perbukuan nasional sulit untuk diprediksi karena data pendapatan penjualan buku tahunan tidak tersedia untuk publik. Buku-buku tersebut didistribusikan oleh penerbit secara mandiri. Saat ini, penjualan buku semakin meningkat melalui *marketplace* atau berlangganan *e-book* seperti Google Book dan Gramedia Digital.

Tabel 1.6 Berita Permasalahan Penjualan Buku (2017-2025)

No	Judul Berita	Sumber	Tahun	Link Artikel
1	IKAPI Ungkap Penjualan Buku Menurun Meski Minat Baca Meningkat	Antara News	2017	AntaraNews
2	Ironi Hari Buku Nasional, Penjualan Buku Lesu Selama Pandemi COVID-19	Kompas.com	2020	Kompas.com
3	Penjualan Buku Turun Saat COVID-19, Pegiat Literasi Surati Jokowi	Tempo.co.id	2020	Tempo.co.id

No	Judul Berita	Sumber	Tahun	Link Artikel
4	Tahun Ajaran Baru 2020, Penjualan ATK Gramedia Alami Penurunan 90 Persen	Banjarmasin Tribunnews.com	2020	Banjarmasin Tribunnews.com
5	Penerbitan Buku Alami Kerugian Hingga 80% Saat COVID-19	Media Indonesia	2020	Media Indonesia
6	Gegara Wabah Corona Covid-19, Gramedia Tutup Sejumlah Toko, Ini Daftarnya	Suara.com	2020	www.suara.com
7	Sepi Pengunjung, Gramedia di Matraman Tetap Beroperasi	Lombok Post	2020	https://lombokpost.jawapos.com/
8	Imbas Pandemi Covid-19, Penjualan Buku di JakBook Pasar Kenari Menurun Drastis	Wartakota live.com	2021	Wartakota.Tribunnews.com
9	Penjualan Buku di Gramedia Kupang Turun 50 Persen	victorynews.id	2021	Victorynews.id
10	Pelaku Usaha Toko Buku Bersiasat Menjaga Pemasukan	Kompas.com	2021	www.kompas.id
11	Pasar Buku Lesu, IKAPI Minta Dukungan Pemerintah	Timses Indonesia	2022	Timses Indonesia
12	Kunjungan Ke Toko Buku Turun 70 Persen	Prokal	2021	https://www.prokal.co/
13	Minat Beli Buku Fisik Masih Tinggi, Meski Tingkat Baca Turun	Kompas.com	2023	Kompas.com
14	Toko Buku Berguguran, Tak Mempan Ditopang Digitalisasi	Katadata.co.id	2023	Katadata.co.id
15	Penjualan di Pasar Buku Kota Malang Masih Lesu, Minat Literasi kian Menurun?	JAWAPOS Radar Malang	2024	<a href="http://Radar Malang
Jawapos">Radar Malang Jawapos
16	Minat Pada Buku Cetak Belum Tergantikan Tetapi Butuh Dukungan	Kompas.id	2024	www.kompas.id

No	Judul Berita	Sumber	Tahun	Link Artikel
17	IKAPI Akui Penjualan Buku Fisik Terus Merosot Sejak Pandemi	Kumparan.com	2025	Kumparan.com
18	Toko Buku Tak Diminati, Pengamat: Karena Kemiskinan	Fajar.co.id	2025	https://fajar.co.id/

Sumber: Disusun oleh penulis, 2025

Menurut Antaranews (2017), pada tahun 2017 lalu penjualan buku mengalami penurunan di tahun 2017 lalu akibat masyarakat memilih menggunakan ke internet. Dilansir dari Antaranews (2020), Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) mengatakan mencari informasi sangat mudah ditemukan di internet daripada mencari di buku. Meski demikian, penerbit tetap membantu pemerintah membeli buku untuk sarana pendidikan seperti mengoleksi buku perpustakaan. Menurut Kompas (2020), saat masa pandemi Covid-19 tepatnya pada Hari Buku Nasional 2020 lalu, menurut laporan dari IKAPI, survey menyebut bahwa 58,2 persen penjualan buku mengalami penurunan lebih dari 50 persen, sisanya 4,1 persen cenderung stabil di hari biasa. Penyebab turunnya penjualan tersebut disebabkan maraknya jual buku bajakan baik dalam bentuk fisik maupun digital.

Menurut Tempo (2020), tingkat penjualan buku di penerbit sejak Maret 2020 lalu menurun signifikan sebanyak 40-70 persen sehingga terancam akan meredup jika pemerintah tidak mengatasi masalah ini. Hal tersebut mengharuskan industri penerbit untuk beradaptasi dengan pandemi dengan melakukan perubahan seperti mengubah buku fisik menjadi digital dan buku audio dan menjual sambil mempromosikan buku di *e-commerce*.

Saking turunnya penjualan buku membuat Yayasan Tujuhbelasribu Imaji menyurati ke Presiden Jokowi untuk mendesak mengatasi permasalahan industri penerbitan buku. Surat tersebut berisi dukungan melanjutkan memproduksi dan mempromosikan buku demi menghidupkan kembali industri penerbitan buku atau industri kreatif, bersosialisasi budaya membaca melalui media sosial atau platform komunitas, dan membuka akses membaca buku *online* gratis dan terus mengkonversi buku terbitan ke dalam bentuk digital agar mudah diakses di rumah.

Menurut Media Indonesia (2020), dampak pandemi terhadap penjualan buku juga disebabkan pemerintah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau disingkat PSBB yang menyebabkan beberapa industri dan toko tutup karena masih ada yang bergantung pada penjualan *offline* menyebabkan mengalami kerugian mencapai 80%. Karena itulah, penerbit beralih menjual buku secara *online*. Menurut Banjarmasin Post (2022), pada saat memasuki tahun ajaran baru 2020 omset penjualan buku di Toko Gramedia Veteran, Banjarmasin, turun drastis mencapai 90% imbas diberlakukan sistem belajar di rumah.

Pihak Gramedia juga menutup sementara beberapa toko di Jabodetabek dan di luar Jabodetabek demi mengurangi penyebaran virus COVID-19. Dilansir dari Suara.com (2020), Gramedia tetap melayani pelanggan secara *online* melalui situs web atau aplikasi resmi dan memberikan kode diskon untuk pelanggan saat berbelanja *online* maupun berlangganan baca *e-book*. Menurut Lombok Post (2020), salah satu Toko Gramedia di Matraman, Jakarta Timur tetap beroperasi meskipun minim pengunjung imbas diberlakukan belajar di rumah dan pembatasan tatap muka langsung di tengah pandemi.

Menurut Wartakotalive.com (2021), sebuah Pasar buku baru bernama Jakbook di Salemba, Jakarta Pusat, ikut merasakan kerugian pada penjualan buku karena turun mencapai 70% di masa pandemi. Meskipun sudah menawarkan diskon besar, Pasar Jakbook tetap sepi pengunjung. Menurut Victorynews (2021), penjualan buku di Kupang anjlok mencapai 30% akibat dampak pandemi yang melumpuhkan sektor ekonomi di Indonesia. Ketatnya Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) hingga pengurangan buka toko *offline* membuat toko buku tersebut melemah. Tetapi, setelah mengalami pemulihan Gramedia Kupang kembali naik mencapai 50% meskipun hanya di bagian penjualan ATK. Hasil survei Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) tahun 2022, penjualan buku pada industri penerbit semakin menurun mencapai 50%, sebanyak 30% penjualan turun 30%, sedangkan sisanya mencapai 10% akibat maraknya pembajakan buku ilegal, IKAPI mendesak pemerintah membuka pesanan bagi penyedia jasa percetakan untuk memproduksi buku dan menjadikannya sebagai cinderamata, serta mengelola pajak sekaligus akses permodalan melalui pemerintah. Selain itu, IKAPI juga berharap ingin pemerintah menindaklanjuti keras kepada pelaku penjual buku bajakan. (Timses Indonesia, 2022).

Menurut Kompas (2021), CEO PT Bumi Aksara Gorup, Lucy Andam Dewi, menyatakan bahwa jumlah peningkatan buku cetak tidak mengalami kenaikan yang signifikan sebelum pandemi COVID-19. Meskipun ada yang berbentuk *e-book*, penjualannya tetap rendah dan belum bias mencapai tingkat penjualan yang setara dengan buku cetak. Saat ini, industri penerbitan hanya mencetak antara 1.000 hingga 2.000 eksemplar buku setiap tahunnya. Sebelum pandemi, penerbit mencetak sekitar 3.000 hingga 5.000 eksemplar per tahun. Namun, jumlah cetakan menurun karena

tingginya biaya buku yang mengharuskan penerbit untuk memiliki modal yang besar. Pada April 2020 lalu jumlah pengunjung Gramedia di Balikpapan turun antara 60-70% karena pandemi. Gramedia Store Manager Balikpapan, Agus Hermawan mengungkapkan di hari biasa Gramedia menerima 1.000 pengunjung, kini hanya sekitar 300 hingga 400 pengunjung yang datang, penurunan ini disebabkan oleh kebijakan belajar di rumah yang untuk anak-anak sekolah (Prokal, 2021). Dilansir Kompas (2021), Omset penjualan buku mengalami penurunan sebesar 50% akibat pandemi COVID-19, sehingga Gramedia menyediakan layanan pesan bayar antar agar konsumen dapat menghubungi toko yang tersebar di berbagai provinsi serta memudahkan dalam memesan dan membayar produk yang akan dikirim langsung ke konsumen. Gramedia juga mencatat adanya kenaikan penjualan *e-book* yang meningkat sebesar 20%.

Hasil laporan riset dari Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), jumlah terbit buku digital terus tumbuh di tahun 2017 dan 2019, total 2.819 buku digital yang terbit diperkirakan mencapai 4,5%. Di tahun 2019 pangsa buku melonjak hampir mencapai 18%. Namun, penjualan buku digital tidak bisa mengimbangi penurunan penjualan buku cetak karena harganya lebih murah dibanding fisik. Misalnya penerbit PT. Gramedia Asri (media) yang menjual *e-book* berjudul Filosofi Teras cenderung murah seharga Rp.79.000 dibanding buku fisik. Selain itu. Selain itu, penerbit juga melakukan penjualan buku secara *online* guna mengatasi kesulitan menjual secara *offline*. Sekitar 76% dari penerbit menjual buku online guna mengantisipasi kesulitan penjualan lewat toko. Pembelian buku bisa ditemukan di *e-commerce* seperti Lazada, Tokopedia, Shopee, dan lain sebagainya. Di sisi lain, sejumlah penerbit juga membuka website *marketplace* sendiri seperti Gramedia.com. (Katadata.co.id, 2023).

Menurut Radar Malang (2024), memasuki tahun ajaran baru 2024/2025, kembali terjadi penurunan penjualan buku di Pasar Buku Wilis, Klojen, Kota Malang. Seorang pemilik kios mengakui bahwa saat ini minat pembeli terhadap buku fisik tidak sebanyak sebelumnya dan ia telah merasakan masalah ini sejak masa pandemi. Pada tahun 2025, Arsy Hilman selaku Ketua Umum Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), menyatakan bahwa saat ini kondisi industri penerbitan buku fisik mengalami penurunan sejak lima tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh pergeseran pola masyarakat yang lebih memilih media sosial yang mengakibatkan penurunan penjualan buku dan berkurangnya jumlah penerbit yang aktif. Penurunan dapat dilihat dari cetakan awal setiap judul buku. Sebelum terjadinya pandemi, satu judul dapat dicetak hingga 3.000 eksemplar. Saat ini, banyak penerbit hanya mampu mencetak 1.000 eksemplar, bahkan ada yang hanya mencetak 300 eksemplar. Dilansir dari Fajar.co.id (2025), Pengamat Kebijakan Publik, Gigin Pruginanto, prihatin terhadap masalah minat baca di Indonesia karena faktor tingkat kemiskinan membuat masyarakat lebih fokus bekerja mencari nafkah sehingga tidak ada waktu untuk membaca buku. Ketua IKAPI, Arsy Hilman, turut memberikan tanggapan serupa kondisi industri penerbitan cukup memprihatinkan karena kebiasaan hidup masyarakat yang cenderung bermain media sosial maupun internet hingga berdampak pada penurunan penjualan buku hingga meredupnya jumlah penerbit yang aktif.

Pada penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh *Brand Image* dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMIDES) Mart Banjarn (Mahiri, 2020), hasilnya adalah *Brand Image* dan *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun

penelitian terdahulu berjudul Pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere*, dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee (Erika Sari Rahayu & Edy Nursanta, 2023), hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Brand Image*, *Store Atmosphere*, dan *Social Media Marketing* secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Variabel *Store Atmosphere* dan *Social Media Marketing* juga berpengaruh secara individual terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee. Sementara itu, variabel *Brand Image* tidak menunjukkan pengaruh terhadap Keputusan. Di antara ketiga variabel tersebut, *Store Atmosphere* adalah yang paling dominan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee. Oleh karena itu, penulis memutuskan mengambil penelitian berjudul **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Toko Buku Gramedia di Bekasi).”**

1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan pada latar belakang tersebut, penulis mengidentifikasi masalah pada penelitian tersebut adalah:

1. Permasalahan tingkat minat baca di Indonesia yang turun signifikan
2. Pandemi COVID-19 yang berdampak pada industri buku menyebabkan beberapa toko buku tutup permanen hingga kalah saing dengan toko-toko buku lainnya.
3. Gramedia adalah toko buku terbesar di Indonesia yang menyediakan beragam produk-produk lengkap.

4. Fasilitas yang memudahkan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Menanggapi permasalahan tersebut, penulis melakukan penelitian yang fokus pada pengaruh *store atmosphere* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Bekasi.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah;

1. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Buku Gramedia Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Buku Gramedia Bekasi?
3. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Buku Gramedia Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel *store atmosphere* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Bekasi.

3. Untuk mengetahui pengaruh variabel *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Bekasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Aspek Teoritis

Kontribusi penelitian ini adalah memperdalam pemahaman mengenai hubungan antara *store atmosphere*, *brand image*, dan keputusan pembelian konsumen di Gramedia Bekasi. Penelitian ini juga digunakan sebagai rujukan untuk studi manajemen pemasaran berikutnya yang membahas aspek suasana toko dan citra merek.

2. Aspek Praktis

Penelitian tersebut dapat memberikan saran mengenai kualitas *store atmosphere* yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan memahami pengaruh *brand image* pada konsumen terhadap keputusan pembelian, Gramedia dapat membuat strategi pemasaran yang tepat untuk menarik hati konsumen.