

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia khususnya swalayan menunjukkan angka yang cukup signifikan sejalan dengan meningkatnya kebutuhan terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan yang cukup besar. Hingga saat ini perkembangan dan investasi bisnis ritel masih dominan dilakukan di kota-kota besar di Jawa, meskipun banyak pula perusahaan ritel besar yang sudah mulai melakukan ekspansi usahanya di luar pulau Jawa. Hal ini menunjukkan bahwa prospek ke depan bisnis ritel khususnya swalayan di Indonesia akan membawa keberuntungan bagi para pelaku bisnis ritel tersebut. Jika diamati secara cermat, pengelolaan bisnis swalayan di Indonesia banyak mengacu praktik bisnis ritel di negara maju. Demikian pula dengan literatur yang digunakan sebagai referensi para praktisi maupun akademisi yang menginginkan pengetahuan yang lebih tentang ritel, masih mengacu pada literatur-literatur asing.

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa

tahap terlebih dahulu yaitu, pertama pengenalan masalah, kedua pencarian informasi, ketiga evaluasi alternatif, keempat keputusan membeli, dan kelima perilaku pasca pembelian. Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan jalan yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen, di mana kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau pedagang dengan bermacam atribut seperti harga, produk, pelayanan maupun lokasi dan perilaku konsumen dalam keputusan untuk melakukan pembelian.

Dalam menghadapi pesaingnya, perusahaan harus mempunyai strategi dan ketegasan langkah yang harus dilaksanakan sesuai dengan sifat dan bentuk pasar yang dihadapinya. Strategi pasar itu meliputi pelayanan yang memuaskan, harga yang lebih murah ditambah potongan harga apabila pembelian dalam jumlah banyak, produk yang lebih bermutu, kemasan yang menarik, serta ditunjang lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman guna untuk mempengaruhi konsumen agar membeli. Untuk itu perusahaan harus

mampu mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang-barang yang ditawarkan oleh perusahaan atau toko tersebut.

Sesuatu yang diinginkan masyarakat adalah bagaimana cara untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan serta menyediakan beranekaragam produk dan alternatif pilihan, harga yang bersaing, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan serta suasana yang nyaman, yang semuanya terdapat dalam satu toko atau dengan nama lain yaitu pasar swalayan. Secara teoritis keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap barang yang ditawarkan sangat dipengaruhi oleh harga, produk, pelayanan, lokasi perusahaan atau toko (Kotler, 1996:165).

Dalam proses penentuan di mana seseorang akan membeli terlihat bahwa faktor lokasi, harga dan pelayanan akan ikut menentukan. Dilihat dari segi lokasi pembeli akan melihat jauh dekatnya tempat tinggal dengan lokasi swalayan serta apakah dalam membeli dibutuhkan perantara atau secara langsung. Mengenai harga, apakah harga di swalayan sama, lebih murah atau bahkan lebih mahal dari pesaing serta pasar tradisional. Dari segi pelayanan juga harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh, karena hal ini menyangkut pemenuhan kebutuhan yang diinginkan konsumen.

Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena konsumen memiliki sifat yang berbeda-beda sebagaimana dari kebutuhan manusia yang tidak terbatas disamping dipengaruhi oleh kondisi eksternal dan kondisi internal lainnya yang berkaitan langsung terhadap perilaku konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat mengendalikan perubahan

tingkah laku atau perilaku tersebut dengan berusaha mengimbangi, yakni dengan mempengaruhi konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan dan melalui evaluasi yang berkala demi kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Pemahaman akan perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada konsumen. Perilaku konsumen juga akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian untuk setiap konsumen adalah sama, namun seluruh proses tidak selalu dilakukan oleh konsumen. Proses pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya.

Sedangkan perilaku konsumen dalam memilih merek selalu berubah sejalan dengan perubahan pada lingkungan bisnis yang termasuk di dalamnya perkembangan kemajuan teknologi, globalisasi, nilai dan perilaku populasi, sehingga perusahaan saling berlomba-lomba untuk selalu dapat menciptakan produknya agar lebih unggul dari produk para pesaingnya. Hal itu terjadi karena adanya permintaan konsumen yang selalu berubah-ubah. Karena hal tersebut perusahaan harus mampu menciptakan inovasi produk secara cepat dan berkesinambungan sesuai selera konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas, maka judul penelitian ini adalah :

**“PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DI SWALAYAN SINAR BARU WONOGIRI”.**

## **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini dibatasi pada masyarakat yang membeli di Swalayan Sinar Baru Wonogiri. Adapun pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Untuk mempermudah penelitian, responden yang diteliti adalah konsumen yang membeli di Swalayan Sinar Baru Wonogiri.
2. Variabel yang diteliti adalah lokasi, harga, dan pelayanan, terhadap keputusan pembelian.

## **C. Rumusan Masalah**

Permasalahan yang akan di ungkap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi, harga, dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Sinar Baru Wonogiri ?
2. Dari variabel lokasi, harga, dan pelayanan manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, bagi konsumen ?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh lokasi, harga, dan pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan dari variabel lokasi, harga, dan pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh bagi beberapa pihak dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Swalayan Sinar Baru Wonogiri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak swalayan Sinar Baru Wonogiri apabila ingin mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, harga, dan pelayanan, dalam keputusan membeli bagi masyarakat di masa yang akan datang. Penelitian ini dapat pula digunakan untuk pertimbangan dalam peningkatan selanjutnya. Hasil penelitian ini juga membantu pemilik usaha dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat untuk menambah ilmu pengetahuan terutama di bidang ekonomi manajemen serta sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

## **F. Sistematika Skripsi**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi tentang teori-teori manajemen pemasaran, pengertian lokasi, harga, dan pelayanan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli, dan penelitian terdahulu serta teori-teori relevan yang mendukung penelitian ini.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi tentang kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional dan metode analisis data.

### **BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum dari objek penelitian yang diteliti, diskripsi data, analisa data, pembahasan dan hasil analisis.

## BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran-saran yang perlu disampaikan dalam hubungannya dengan keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA