

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini banyak dan beraneka ragam usaha yang berkembang, salah satunya usaha optik kaca mata. Semakin banyaknya penjual yang berminat dalam bisnis optik, maka semakin banyak pula penjual yang tertarik untuk bergerak dalam bidang yang sama. Oleh karena itu, saat ini banyak toko optik bermunculan yang memiliki tenaga kerja yang ahli dan berkompeten, seperti para penjual di Alun-Alun Kota Surakarta. Alun-Alun Kota Surakarta memiliki tempat yang strategis dan mudah dijangkau, baik oleh kendaraan umum maupun pribadi. Umumnya para penjual memilih tempat di Alun-alun kota Surakarta karena tempat ini berdekatan dengan pusat perbelanjaan sehingga memudahkan para penjual untuk menawarkan produknya kepada konsumen agar konsumen tertarik dengan produk tersebut dan konsumen memiliki keinginan untuk melakukan pembelian.

Pembelian menurut Sumarwan (2003) adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara pembayarannya. Dengan demikian pembelian dapat disimpulkan suatu keputusan konsumen mengenai proses, cara, perbuatan membeli, dengan mempertimbangkan

faktor lain tentang apa yang dibeli, waktu membeli, dimana membelinya serta cara pembayarannya.

Keputusan konsumen merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif (Sumarwan, 2003). Untuk memahami pembuatan keputusan konsumen, terlebih dahulu harus dipahami sifat-sifat keterlibatan konsumen dengan produk atau jasa (Sutisna, 2003). Memahami tingkat keterlibatan konsumen terhadap suatu produk atau jasa berarti pemasar berusaha mengidentifikasi hal-hal yang menyebabkan seseorang merasa harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk atau jasa.

Keterlibatan konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya adalah harga, lokasi dan pendapatan konsumen.

Faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dimana penawaran harga yang rendah akan lebih menarik perhatian konsumen. Apabila konsumen menerima harga tersebut maka produk tersebut akan laku, sebaliknya bila konsumen menolaknya maka diperlukan peninjauan kembali harga jualnya. Ada kemungkinan bahwa konsumen memiliki ketidaksesuaian setelah melakukan pembelian karena mungkin harganya dianggap terlalu mahal atau karena tidak sesuai dengan

keinginan dan gambaran sebelumnya (Hani Handoko, 1987 dalam Kusumastuti, 2011).

Selain itu, faktor lokasi merupakan tempat dimana sebuah usaha didirikan. Dalam pemilihan sebuah lokasi sangat di perlukan pertimbangan meliputi kemudahan (akses), kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum dan keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas. Lokasi penjualan kacamata di Alun-Alun Kota Surakarta cukup strategis karena dekat dengan pusat perbelanjaan dan tersedianya tempat parkir yang luas, menjadi keunggulan tersendiri di banding dengan toko-toko kacamata lainnya.

Pendapatan konsumen juga menjadi hal yang sangat penting karena keputusan pembelian erat kaitannya dengan tingkat pendapatan seseorang dan pengeluaran seseorang. Semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula pengeluaran yang dilakukan.

Dari uraian tersebut di atas maka judul penelitian ini adalah **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KACAMATA DI ALUN-ALUN KOTA SURAKARTA “**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk kacamata di Alun-alun Kota Surakarta ?

2. Apakah lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk kacamata di Alun-Alun Kota Surakarta?
3. Apakah pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk kacamata di Alun-Alun Kota Surakarta?
4. Apakah faktor harga, lokasi, dan pendapatan konsumensecara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli kacamata di Alun-Alun Kota Suarakarta ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisisfaktor harga, lokasi dan pendapatan konsumen terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk kacamata di Alun-alun Kota Surakarta.
2. Untuk mengetahui diantara faktor harga, lokasi dan pendapatan konsumen manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk kacamata di Alun-alun Kota Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk Penulis
Penelitian ini berguna untuk memperluas pengetahuan dan wawasan serta meningkatkan pemahaman peneliti mengenai teori dan

pelaksanaannya di lapangan serta memberikan pengalaman bagi peneliti.

2. Untuk Para Penjual

Sebagai bahan pertimbangan bagi para penjual untuk mengetahui bahwa harga, lokasi, dan pendapatan konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian .

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori yang menerangkan tentang perilaku konsumen dan teori-teori lain yang berhubungan dengan penelitian ini, selain itu juga terdapat kerangka pemikiran teoritis, penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang definisi variabel operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.