

**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN DI CARREFOUR PABELAN KARTASURA**

SKRIPSI

**Di ajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Program Studi Pendidikan Akuntansi**



Disusun Oleh

RATIH WIDIYAWATI

A210 050 085

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan semakin majunya peradaban manusia dan perubahan lingkungan yang terjadi setiap saat akan membawa perubahan terhadap perilaku perubahan manusia baik secara individual atau sosial. Perilaku kehidupan yang selalu berubah ini yang dipengaruhi adanya perkembangan teknologi yang mempengaruhi perilaku dan pola hidup konsumen dalam memilih barang dan tempat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Globalisasi merupakan realita yang harus dipahami oleh para pemasar. Hal tersebut membawa dampak persaingan yang semakin ketat dalam berusaha untuk mendapatkan konsumen dari setiap barang dan jasa yang dipasarkan.

Pusat-pusat perbelanjaan memang didesain sedemikian rupa agar memiliki kelebihan. Pertama, faktor kepraktisan, dengan istilah *one stop shopping*, semua kebutuhan konsumen seperti pakaian, makanan, minuman, kebutuhan pribadi dan juga kebutuhan rumah tangga diperoleh dalam satu atap. Kedua, menghemat waktu, karena konsumen tidak perlu tawar-menawar.

Perkembangan dunia perdagangan dewasa ini sangat besar pengaruhnya terhadap pola hidup masyarakat, khususnya di kota-kota besar. Salah satunya adalah kegiatan berbelanja. Semula untuk berbelanja dua atau tiga macam saja kita harus mondar-mandir keluar masuk toko ke toko yang

lain untuk mendapatkan barang yang kita inginkan. Dengan kemajuan saat ini, kita tidak ambil pusing lagi untuk hal tersebut. Konsumen diberikan kemudahan untuk mendapatkan barang-barang kebutuhan konsumen sehari-hari dalam satu atap. Hal tersebut dapat terwujud apabila konsumen berbelanja di pusat perbelanjaan.

Dengan semakin menjamurnya toko-toko atau swalayan masing-masing harus mampu mempertahankan keberadaannya ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat. Para produsen dan pengusaha yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan konsumen harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa, kualitas pelayanan dan harga yang bersaing.

Dalam persaingan yang semakin ramai akan menjadikan kualitas pelayanan sebagai aspek penting dalam melangsungkan kegiatan perusahaan. Apabila kualitas pelayanannya unggul dengan harga yang memadai maka, kualitas pelayanan tersebut akan menyebabkan kepuasan konsumen yang pada gilirannya akan loyal terhadap perusahaan. Memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, harga saham yang lebih tinggi, harga jual lebih tinggi dan produktivitas lebih besar.

Kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian dan penggunaan produk, tentunya mendorong pencarian dan pemilihan alternatif yang dianggap akan memuaskan kebutuhan tersebut. Dan tentunya produsen

dituntut untuk mampu memberikan apa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen, dimana setiap konsumen mempunyai kriteria kepuasan yang berbeda-beda dalam memenuhi kebutuhannya.

Pengambilan keputusan dan pembelian memerlukan pemikiran dan pertimbangan yang cermat, maka tugas dari produsen adalah mampu menciptakan suasana yang mampu menimbulkan motivasi pembelian. Atribut-atribut toko yang ada ditonjolkan untuk menarik minat konsumen dan menimbulkan motivasi pembelian. Carrefour Pabelan kartasura memiliki kegiatan usaha melayani dan menyediakan tempat berbelanja barang-barang kebutuhan sehari-hari bagi pelangganya. Dalam hal ini Carrefour Pabelan kartasura berusaha memenuhi pelanggannya dengan mempertimbangkan atribut-atribut toko yang ditawarkan di Carrefour Pabelan kartasura.

Menurut (Buchari, 2004:96) Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen membeli suatu produk atau suatu barang yang disediakan oleh sebuah toko. Para pembeli dipengaruhi oleh informasi mengenai produk, harga, lokasi dan promosi serta dengan mempertimbangkan faktor lain, kemudian konsumen mengelola segala informasi tersebut dan diambilah kesimpulan berupa respon untuk membeli.

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen ini dilakukan dengan mempertimbangkan atribut-atribut yang ditawarkan oleh Carrefour yaitu produk, harga, promosi, dan lokasi.

Product (produk) yang terjual di Carrefour Pabelan Kartasura tersedia berbagai macam kebutuhan konsumen. Carrefour Pabelan Kartasura menyediakan kelengkapan barang baik itu jenis, ukuran, kemasan, merk

maupun kualitasnya. Kelengkapan barang yang ada dipusat berbelanja merupakan faktor utama yang sangat penting untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Price (harga) merupakan faktor yang sangat penting bagi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk berbelanja. Penentuan harga secara tepat sehingga konsumen mampu dan bersedia untuk membayarnya akan sangat penting artinya dalam pembentukan keputusan pembelian.

Place (Lokasi) merupakan salah satu atribut toko yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum menjatuhkan pilihan toko mana yang akan dikunjunginya.

Promotion (promosi) merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu toko dalam upaya menarik konsumen baru dan tetap mempertahankan konsumen lama. Promosi yang telah dilakukan oleh Carrefour adalah dengan memberikan kenyamanan tempat dalam berbelanja dan memperkenalkan produk baru.

Bertolak dari latar belakang masalah, maka peneliti juga mengkaji lebih mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan di Carrefour Pabelan Kartasura dengan mengambil judul “PENGARUH *MARKETING MIX* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DI CARREFOUR PABELAN KARTASURA”

B. Pembatasan Masalah

Untuk mempermudah dan menghindari kemungkinan terjadinya kesalahan dalam penafsiran judul, maka masalah-masalah dalam penelitian ini dibatasi pada :

1. *Marketing mix* menurut (Philip Kotler, 1997:82) yaitu, Produk, harga lokasi dan promosi karena adanya keterbatasan waktu peneliti hanya akan meneliti empat faktor yang merupakan atribut-atribut Carrefour Pabelan Kartasura. Empat faktor tersebut adalah produk, harga, lokasi, promosi.
2. Kualitas pelayanan menurut (Philip Kotler, 2001:49) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari dua sisi, yaitu produsen dan dari konsumen. Karena adanya keterbatasan peneliti hanya akan meneliti tentang keramahan, kecakapan karyawan, kesopanan, penampilan fisik, kelengkapan fasilitas perusahaan dalam melayani permintaan konsumen yang dapat memberikan kesan yang positif terhadap konsumen karena akan tercapai kenyamanan dalam diri konsumen sehingga akan mampu menyebabkan konsumen melakukan keputusan pembelian

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Apakah ada pengaruh *marketing mix* (produk, harga, lokasi, promosi) terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Carrefour Pabelan Kartasura

2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Carrefour Pabelan Kartasura
3. Apakah ada pengaruh *marketing mix* (produk, harga, lokasi, promosi) dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Carrefour Pabelan Kartasura
4. Faktor manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Carrefour Pabelan Kartasura

D. Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan hal yang sangat penting dalam suatu penelitian sehingga dengan tujuan penelitian akan dapat bekerja secara terarah baik dalam mencari data dan pemecahan masalah, adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* (produk, harga, lokasi, promosi) terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Carrefour Pabelan Kartasura.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Carrefour Pabelan Kartasura.
3. Untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* (produk, harga, lokasi, promosi) dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Carrefour Pabelan Kartasura.
4. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan dan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Carrefour Pabelan Kartasura.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Bagi Pihak Carrefour

Sebagai pedoman atau pertimbangan pihak Carrefour Pabelan Kartasura dalam menyempurnakan kebijaksanaan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian barang.

2. Bagi Pihak Lain

Sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian berikutnya.

3. Bagi Konsumen

Sebagai bahan pertimbangan untuk memilih tempat berbelanja yang baik dan efisien

F. Sistematika Skripsi

Dalam hal ini penulis akan menggambarkan sedikit tentang materi yang akan penulis teliti.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang Definisi pemasaran dan konsep pemasaran, Manajemen pemasaran, Bisnis eceran (*Retailing*), *Marketing mix*, Kualitas pelayanan, Keputusan

pembelian, Pengaruh *marketing mix* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, Kerangka pemikiran, Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang pengertian Metode Penelitian, Jenis Penelitian, Tempat Penelitian, Populasi, Sampel, Sampling, Variabel Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Uji Instrument, Try Out Angket, Uji Prasyarat Analisis, Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang pembahasan dari hasil penelitian yang berupa Gambaran Umum, Penyajian data, Analisis data, Pengujian hipotesis, Pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.