

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA JUAL PRODUK,
LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA
TOSERBA LESTARI BARU
DI GEMOLONG**



SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

DANANG SETYABUDI
B. 100 010 421

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2008

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan perekonomian di Indonesia dewasa ini, banyak sekali perusahaan-perusahaan yang ikut meramaikan persaingan pasar. Banyak pula pelaku ekonomi yang kesulitan untuk mengikuti pemasaran yang sedang berkembang pada saat ini. Jika perusahaan ingin mempertimbangkan hidupnya maka harus dapat bersaing dengan sehat agar tidak kehilangan pasar.

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

Banyaknya macam, ragam dan keunggulan dari produk yang ditawarkan pada konsumen, tentu akan memengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan membeli produk tersebut. Faktor tersebut bisa berasal dari produk itu sendiri misalnya harga produk yang terjangkau, selain itu faktor yang lain berasal dari perusahaan yang menjual produk tersebut, misalnya

lokasi perusahaan yang mudah dijangkau atau serta pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen.

Perusahaan yang memahami bagaimana konsumen akan bereaksi terhadap produk yang akan ditawarkan, itu akan mendorong perusahaan tersebut untuk membuat produk yang dapat memenuhi kepuasan dan keinginan konsumen, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan meraih keuntungan yang lebih banyak.

Oleh karena itu, Harga Produk, Lokasi dan Pelayanan menjadi hal utama yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan. Harga produk yang mampu bersaing dengan produk di perusahaan lain akan dapat mengundang konsumen lebih banyak.

Selain itu lokasi perusahaan yang strategis juga akan menjadi pertimbangan konsumen untuk berkunjung pada perusahaan tersebut.

Hal yang lebih penting lagi adalah masalah servis atau pelayanan. Setiap konsumen pasti menginginkan adanya pelayanan yang memuaskan dari perusahaan.

Berdasarkan hal di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan mengadakan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA JUAL PRODUK, LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOSERBA LESTARI BARU DI GEMOLONG”.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah faktor Harga Jual Produk, Lokasi dan Pelayanan berpengaruh bersama-sama secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toserba Lestari Baru di Gemolong?
2. Dari faktor Harga Jual Produk, Lokasi dan Pelayanan, manakah faktor yang paling berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toserba Lestari Baru di Gemolong?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis mengadakan penelitian adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Harga Jual Produk, Lokasi dan pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Toserba Lestari Baru di Gemolong.
2. Untuk menganalisis faktor yang paling berpengaruh antara Harga Jual Produk, Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Toserba Lestari Baru Gemolong.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada:

1. Bagi Toserba Lestari Baru

Yaitu untuk memberikan informasi kepada Toserba Lestari Baru tentang permasalahan pengambilan keputusan pembelian konsumen di Toserba Lestari Baru ditinjau dari segi harga jual produk, lokasi dan pelayanan, sehingga dapat sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen

dalam mengambil keputusan dan menetapkan kebijaksanaan dalam pengembangan Toserbanya.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan peneliti dapat mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh suatu perusahaan, serta dapat menerapkan teori-teori yang pernah peneliti peroleh dalam bangku perkuliahan.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak lain yang ingin memepelajari tentang pemasaran perusahaan.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam Penelitian ini yang merupakan laporan hasil penelitian, direncanakan terdiri dari lima bab yang masing-masing bab berisi:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini memuat teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti yang terdiri dari penelitian terdahulu, pengertian pemasaran, konsep pemasaran, fungsi pemasaran, manajemen pemasaran, Pengertian Toserba, Ciri-ciri Toserba, perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian, proses keputusan pembelian.

BAB III : Metodologi Penelitian

Dalam bab ini memuat kerangka pemikiran, definisi operasional terhadap variabel-variabel yang digunakan, hipotesis data dan sumber data yang digunakan serta teknik analisis data.

BAB IV : Pelaksanaan dan Hasil Penelitian

Dalam bab ini terdiri dari sejarah berdirinya Toserba Lestari Baru, struktur organisasi, personalia, fasilitas kerja, kesejahteraan karyawan, pemasaran, permodalan, data penunjang penelitian dan hasil analisis data.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan akhir penelitian, penulis membuat kesimpulan dari hasil analisis kemudian memberikan saran dan masukan mengenai sesuatu hal yang dapat berguna demi kemajuan perusahaan untuk masa yang akan datang.