

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, pasar swalayan dan lain-lain. Hal ini menimbulkan persaingan di antara perusahaan-perusahaan tersebut. Agar suatu perusahaan dapat terus dan memenangkan persaingan, perusahaan di tuntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkat di bidang pemasaran.

Perbaikan dan peningkatan kegiatan di bidang pemasaran harus dilaksanakan secara terencana. Atau dengan kata lain, perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat. Perubahan lingkungan perusahaan terutama faktor pesaing yang mampu menghasilkan produk yang sama, menyebabkan banyak perusahaan berorientasi pada konsumen (*CostumerOriented*). Perusahaan yang berorientasi pada konsumen hendaknya selalu memikirkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, apa yang di inginkan konsumen, dan pelayanan yang disenangi oleh konsumen sehingga konsumen tidak hanya puas, akan tetapi menjadi loyal dan kembali pada produknya.

Dewasa ini swalayan semakin banyak dibuka di berbagai tempat baik di kota besar maupun di kota kecil, termasuk di kota Ponorogo. Kehadiran swalayan merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat kota. Kondisi semacam ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin kritis dalam memilih tempat perbelanjaan. Sifat kritis tersebut dicirikan antara lain

masyarakat menginginkan barang selengkap mungkin, produk yang berkualitas, pelayanan yang memuaskan yang semuanya terdapat dalam satu toko yaitu swalayan.

Dalam perjalanannya swalayan semakin meningkat baik dalam jumlah Konsumen, Swalayan itu sendiri, maupun pelayanan yang diberikan. Keadaan tersebut menyebabkan adanya persaingan pada bisnis retail. Akibatnya mau tidak mau para pengusaha bisnis retail (pemilik swalayan) tidak mempunyai pilihan lain kecuali memenangkan persaingan. Berkaitan dengan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen maka manajemen swalayan dapat memberikan kepuasan konsumen dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Swalayan merupakan suatu sistem dimana para konsumen melayani dirinya sendiri tanpa bantuan pemilik toko.

Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yang terpadu (4 P dari marketing mix, yaitu *product, price, promotion, place*) yang selalu berkembang sejalan dengan gerak perusahaan dan perubahan-perubahan lingkungan pemasarannya serta perubahan perilaku konsumen (Basu Swasta dan T Hani Handoko,2000:119). Perilaku konsumen yang dimaksudkan disini tentu saja perilaku konsumen yang nantinya akan mendatangkan pendapatan bagi swalayan tersebut. Menurut Sofjan Assauri (2004:170) strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, dan pelayanan.

Apabila strategi bauran pemasaran ini sukses, maka pengaruhnya terhadap perilaku pembelian konsumen akan berakhir pada pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Di mana pengambilan keputusan membeli ini melewati tahap-tahap mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, sampai perilaku pasca pembelian. (Basu Swasta dan T Hani Handoko,2000:106).

Pada penelitian ini, dipilih swalayan surya Ponorogo sebagai objek penelitian. Sedangkan faktor-faktor yang akan diteliti adalah menekankan pada faktor kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba termasuk bungkus, warna, dan harga yang dapat diterima oleh pembeli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan (Basu Swasta,1996:94). Jadi, untuk faktor harga sengaja tidak diteliti karena peneliti memiliki asumsi bahwa faktor harga sudah dapat terwakili melalui faktor produk sedangkan untuk faktor promosi swalayan Surya Ponorogo tidak melakukan promosi dari tiap-tiap produk yang dijual di swalayan merupakan tanggung jawab produsen untuk melakukan promosi bagi produknya masing-masing.

Oleh karena itu, untuk dapat menarik konsumen dan dapat bersaing dengan swalayan lain, maka hal yang dilakukan swalayan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen mencapai kepuasan

dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan, memberikan produk yang berkualitas dan selengkap mungkin, dan lokasi yang memadai sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan alasan tersebut diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap konsumen swalayan surya Ponorogo dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SWALAYAN SURYA DI PONOROGO”**.

1.2. Perumusan Masalah

Sesuai keterkaitan antara kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan lokasi dengan keputusan pembelian konsumen yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Surya di Ponorogo?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Surya di Ponorogo?
3. Faktor manakah dari kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan lokasi yang memberikan pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Surya di Ponorogo?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya sesuatu hal yang diperoleh setelah penelitian selesai. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh dari faktor kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Surya di Ponorogo
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Surya di Ponorogo
3. Untuk mengetahui faktor manakah diantara faktor kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Surya di Ponorogo

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu wahana melatih kemampuan ilmiah mahasiswa, sekaligus sebagai suatu penerapan ilmu yang pernah diterima dibangku kuliah kemudian diwujudkan dilapangan baik dalam bentuk laporan lisan maupun tulisan, dan sebagai suatu laporan tugas akhir.

2. Bagi Masyarakat/Konsumen

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui keinginan masyarakat dalam berbelanja di Swalayan Surya Ponorogo, sehingga akan dapat diketahui faktor apa yang mempengaruhi masyarakat berbelanja. Kemudian dapat diambil kebijakan sehubungan dengan pola pemasaran yang dijalankan di Swalayan Surya di Ponorogo agar lebih memaksimalkan pelayanannya kepada konsumen sekaligus dapat memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan dan sebagai perbendaharaan literatur terutama dalam pembahasan tentang perilaku konsumen dalam berbelanja di Swalayan Surya di Ponorogo.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih bagi kemajuan dan koreksi terhadap keberadaan Swalayan Surya Ponorogo di masyarakat dan sejauh mana memberi manfaat serta kesejahteraan bagi semua pihak.