

BAB I

PENDAHUALAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dibidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, departemen store (toserba), pasar swalayan (supermarket) dan lain-lain. Hal ini menimbulkan persaingan di antara perusahaan tersebut. Untuk memenangkan persaingan mereka (perusahaan) memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin.

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 berbelanja.

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 akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja. 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 beraneka ragam produk dan alternatif pilihan, harga yang bersaing, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan serta suasana berbelanja 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/toko, Kotler (Yuliani,2005). Untuk itu perusahaan harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam proses penentuan di mana seseorang akan berbelanja terlihat bahwa faktor lokasi, harga dan pelayanan akan ikut menentukan.

Keputusan berbelanja biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli seperti faktor lokasi, harga dan pelayanan. Dilihat dari segi lokasi pembeli akan melihat jauh dekatnya tempat tinggal dengan lokasi swalayan serta apakah dalam berbelanja 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. Situasi dan suasana yang mendukung, pelayanan yang cepat dan ramah serta mengutamakan pembeli atau pelanggan.

Keberadaan Swalayan Permata Indah merupakan tempat pembelanjaan yang strategis, mudah dijangkau karena berada di pinggir jalan raya. Selain lokasi dan pelayanan juga sangat mendominasi penentuan keputusan untuk berbelanja. Harga merupakan faktor penting dalam menentukan akan membeli tidaknya konsumen. Untuk dapat menarik perhatian dari konsumen dan juga dapat bersaing dengan Swalayan lain, maka Swalayan Permata Indah menawarkan harga yang relatif terjangkau oleh kantong konsumen. Untuk pelayanan Swalayan Permata Indah menggunakan sistem swalayan. Dalam penelitian ini, penulis hanya akan membahas mengenai lokasi, harga dan pelayanan. Sedangkan untuk promosi dan produk tidak dijelaskan karena Swalayan Permata Indah tidak melakukan promosi dan tiap-tiap produk yang dijual

di swalayan merupakan tanggungjawab produsen untuk melakukan promosi bagi produknya masing-masing.

Sebetulnya Swalayan Permata Indah bukan satu-satunya Swalayan di Slahung khususnya Desa Kambeng. Menurut pengamatan sementara peneliti, terdapat kesenjangan antara Swalayan Permata Indah dengan swalayan lain. Swalayan Permata Indah lebih laris dan ramai di kunjungi konsumen dibandingkan dengan swalayan lainnya walaupun tidak pernah melakukan promosi. Hal ini diduga karena pelayanan yang memuaskan dan ditunjang dengan lokasi yang strategis serta harga yang relatif terjangkau yang mengakibatkan konsumen memutuskan untuk berbelanja di Swalayan Permata Indah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap konsumen Swalayan Permata Indah dengan judul “PENGARUH LOKASI, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN PERMATA INDAH SLAHUNG. Adapun alasan pengambilan judul ini adalah : Mengingat bahwa keputusan berbelanja dapat dipengaruhi oleh faktor Lokasi, Harga dan Pelayanan dapat menjadi pertimbangan dalam keputusan konsumen berbelanja di Swalayan Permata Indah dan apakah mereka memilih tempat berbelanja berdasarkan faktor tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah “ faktor-faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di swalayan “Permata Indah” Slahung ?” Dari masalah penelitian tersebut dirumuskan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di swalayan “Permata Indah” Slahung ?
- b. Faktor manakah diantara variabel lokasi, harga dan pelayanan yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian di swalayan “Permata Indah” Slahung ?

1.3 Batasan Masalah

Begitu kompleknya permasalahan maka perlu adanya pembatasan masalah agar pokok permasalahan yang diteliti tetap fokus dan tidak melebar. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah yang diteliti, diantaranya :

1. Hubungan antara lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di swalayan “Permata Indah” Slahung?
2. Permasalahan yang dibahas berhubungan dengan perilaku konsumen.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di swalayan “Permata Indah” Slahung?.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian di swalayan “Permata Indah” Slahung?

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik usaha untuk meningkatkan serta menarik minat beli konsumen melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

- b. Bagi Almamater

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan atau menambah pembendaharaan perpustakaan dan bisa menjadi bahan referensi atau daftar pustaka di kampus. Sekaligus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam pembahasan yang sama.

c. Bagi Peneliti

Mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan di swalayan “Permata Indah” serta membandingkan realitas yang ada di lapangan dengan teori yang didapat, sekaligus sebagai sarana untuk menguji kompetensi diri selama mendapatkan teori di bangku kuliah serta sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana.

d. Bagi Pihak lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan perilaku konsumen.