

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen menempati posisi sentral bagi perusahaan. Posisi sentral tersebut terbagi dalam dua kategori; Pertama, titik sentral sebagai subjek pengguna, di mana perusahaan diharuskan untuk dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen, sehingga konsumen mengetahui tentang produk dan kedua titik sentral sebagai obyek. Pada titik sentral sebagai obyek ini perusahaan melihat dan mempelajari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian produk pada suatu tempat, seperti; lokasi, pelayanan, fasilitas dan keragaman barang.

Untuk memenuhi hal tersebut, perusahaan menyiapkan konsep berbelanja yang menyenangkan dan memanjakan dahaga belanja konsumen, seperti keinginan memilih barang sendiri, kepuasan terhadap keanekaragaman produk yang lengkap tersedia pada satu tempat dengan lokasi yang nyaman, lapang dan terjangkau. Dalam dunia bisnis, konsep belanja tersebut dikenal juga dengan sebutan bisnis *ritel*.

Usaha bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan cukup pesat dengan berbagai macam bentuk dan jenisnya pada beberapa tahun terakhir. Kebanyakan bisnis ritel menyediakan produk kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari dengan memberikan kebebasan kepada konsumen

mengambil barang atau produk itu sendiri. Di sisi lain, bisnis ritel tidak hanya sekedar kegiatan menjual barang nyata kepada konsumen, namun juga berhubungan dengan aktivitas memberikan pelayanan jasa seperti jasa antar belanja sampai rumah konsumen. Menurut Berman dan Evans (dalam Tjiptono, 2007: 3) ritel itu sendiri berarti aktivitas-aktivitas bisnis menjual barang dan jasa kepada konsumen baik untuk kepentingan sendiri, keluarga maupun rumah tangga.

Seiring makin menjamurnya bisnis ritel yang ada, persaingan dalam bisnis ritel semakin ketat dan meningkat. Persaingan ini memaksa para pengusaha bisnis ritel memutar otak dan mengembangkan berbagai inovasi dalam usaha menarik perhatian konsumen. Hal ini terlihat pada peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, seperti menyediakan kelengkapan dan keragaman produk yang ditawarkan, peningkatan kualitas fasilitas dan pelayanan hingga *discount*/potongan harga jual produk yang cukup signifikan.

Menurut Raharjani (dalam Yuliani, 2005), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada suatu usaha ritel/pasar swalayan atau Swalayan. Faktor-faktor tersebut antara lain lokasi, pelayanan, fasilitas, dan keragaman barang. Sependapat dengan Raharjani, Swasta dan Handoko (dalam Yuliani, 2005) mengemukakan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen adalah bauran pemasaran yang terdiri dari; produk, harga, promosi dan distribusi.

Sacara definitif harga adalah “jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya” (Basu Swastha, dalam Yuliani 2005: 147). Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 48) Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk.

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam pemasaran. Menurut Tjiptono (2005: 73) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan. Biasanya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Tjiptono, 2005: 52).

Faktor lokasi/tempat merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Menurut Jeni Raharjani (2005), lokasi/tempat strategis adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya di suatu kawasan/daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat (Sasongko, 2012: 104).

Menurut Kotler (2008: 97) keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Sedangkan pengertian keragaman produk menurut James F. Engels, adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (dalam Kotler 2008: 96).

Kotler mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas yang tersedia bisa meliputi penerangan, AC, tempat parkir yang luas dan sebagainya. Konsumen pada zaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan (Sulistiono, 2010: 29).

Kehadiran bisnis ritel telah mengubah gaya hidup konsumen/masyarakat. Konsumen semakin kritis memilih tempat belanja. Sifat kritis tersebut terlihat dari keinginan konsumen akan ketersediaan barang yang lengkap dengan harga bersaing, lokasi yang strategis, dan kualitas pelayanan memuaskan yang kesemuanya terdapat dalam satu tempat seperti Swalayan dan swalayan.

Menyadari pentingnya hal-hal yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian di atas, salah satu usaha bisnis ritel dalam bentuk Swalayan yakni Amako yang terletak di jalan Ir. H. Juanda Ponorogo

berbenah dan menyempurnakan dirinya dengan berbagai kelengkapan dan fasilitas, sehingga mampu bersaing dengan bisnis ritel yang semakin banyak berdiri di Ponorogo seperti Ponorogo Permai (POPER), Indomart, Alfamart, Swalayan Surya, Hypermart dan Swalayan Luwes.

Harga barang yang terjangkau bahkan pada produk susu lebih murah dari ritel sejenis yang disediakan Swalayan Amako, menjadi salah satu ciri Swalayan yang sudah dikenal konsumen Ponorogo. Demikian pula pelayanan paripurna oleh dara-dara cantik yang menjadi pelayan Swalayan Amako membuat pengunjung betah dan terhibur saat memilih produk barang yang lengkap dan beragam. Untuk para orang tua yang memiliki putra-putri usia taman kanak-kanak, tak perlu khawatir dengan kegelisahan dan kerewelan putra-putrinya saat berbelanja, karena Amako telah menyiapkan fasilitas permainan anak yang cukup memadai. Di sisi lain, lokasi Swalayan yang terletak di pinggir jalan besar di tengah kota, menjamin keterjangkauan pengunjung dari berbagai arah dan jurusan

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian di sektor ritel ini, khususnya di Swalayan Amako Ponorogo. Tegasnya untuk menguji hipotesis penelitian berkaitan dengan lima variabel, yaitu variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi, keragaman produk dan fasilitas. Dalam artian untuk memastikan bahwa kelima variabel pada swalayan Amako dengan segala kelebihanannya sebagaimana yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, pada kondisi terkini, benar

mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Swalayan Amako sebagaimana hipotesis peneliti atau sebaliknya, malah tidak sama sekali. Penelitian difokuskan pada lima variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Penelitian tentang ritel ini berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian di Swalayan Amako Ponorogo”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang di atas, masalah yang di kembangkan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo?” Dari uraian masalah penelitian tersebut, maka di rumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo?
4. Apakah Keragaman Produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo?
5. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo?

6. Faktor mana yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo

C. Batasan Masalah

Dalam memudahkan penulis untuk melakukan penelitian dan agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis melakukan batasan. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini mengarah kepada perilaku konsumen terhadap harga, kualitas pelayanan, lokasi, keragaman produk, dan fasilitas di Swalayan Amako Ponorogo.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui sejauh mana faktor harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui sejauh mana faktor kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo.
- c. Untuk mengetahui sejauh mana faktor lokasi mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo.
- d. Untuk mengetahui sejauh mana faktor keragaman produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo.

- e. Untuk mengetahui sejauh mana faktor fasilitas pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo.
- f. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Swalayan Amako Ponorogo, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang dapat dijadikan acuan untuk menciptakan minat pembeli untuk melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo.
- b. Bagi penulis, sebagai kontribusi bagi pemikiran untuk memperluas cakrawala berpikir dalam bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan harga, kualitas pelayanan, lokasi, keragaman produk, dan fasilitas pelayanan.
- c. Bagi peneliti lain, sebagai referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang, khususnya penelitian yang berkaitan dengan harga, kualitas pelayanan, lokasi, keragaman produk, dan fasilitas pelayanan.