

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan pemasaran pada zaman sekarang merupakan salah satu yang harus diperhatikan di dalam dunia bisnis, di mana seiring dengan perkembangan zaman, bisnis ritel yang pada awalnya dimiliki oleh pedagang kaki lima telah berubah menjadi ritel yang lebih modern yang mencakup hampir seluruh kebutuhan manusia. Dengan adanya perubahan itu membuat para pebisnis menjadi lebih ketat dalam bersaing, sehingga untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam persaingan bisnis perusahaan ritel dengan cara membuat dan mempertahankan konsumen agar menjadi loyal.

Seiring dengan berjalannya pertumbuhan ritel, para pengusaha ritel dituntut untuk lebih profesional dalam mengelola usahanya dan lebih mengefisienkan untuk menghadapi persaingan bisnis, dengan adanya persaingan dalam dunia bisnis ritel diharapkan akan membuat para pengusaha menjadi lebih cermat dan peka terhadap keputusan yang akan diambil dalam menetapkan produk yang akan dipasarkan supaya dapat mengambil perhatian orang-orang agar mendapatkan produk tersebut.

Kota yang mempunyai kemampuan untuk berkembangnya bisnis ritel adalah Kota Payakumbuh dikarenakan tidak ditemukannya minimarket waralaba seperti Indomaret dan Alfamart di daerah tersebut, disebabkan karena tidak

mendapatkan izin usaha oleh Pemerintah Provinsi Sumatera Barat. sampai saat ini terdapat puluhan ritel di Kota Payakumbuh berbentuk dari supermarket hingga grosir. Swalayan Budiman merupakan satu diantara supermarket di Kota Payakumbuh, di mana Swalayan Budiman menawarkan produk yang lebih murah dan lebih lengkap baik itu produk yang telah lama dipasarkan maupun produk yang baru dipasarkan di Indonesia. Berikut ini beberapa swalayan di Kota Payakumbuh yang bisa dilihat pada tabel 1.1



Tabel 1.1
Daftar Swalayan di Kota Payakumbuh

No	Nama Swalayan	Alamat
1	Swalayan Budiman	Kec. Payakumbuh Barat
2	Niagara	Kec. Payakumbuh Barat
3	Anggrek Mart	Kec. Payakumbuh Barat
4	Fast Mart	Kec. Payakumbuh Utara
5	IZA Mart	Kec. Payakumbuh Utara
6	Tiffany Mart	Kec. Payakumbuh Barat
7	Hanna Mart	Kec. Payakumbuh Utara
8	Co-Op Mart	Kec. Payakumbuh Utara
9	Theo Copi Mart	Kec. Payakumbuh Barat
10	Abeja Mart	Kec. Lamposi Tigo Nagori
11	Mama Mart	Kec. Payakumbuh Barat

12	RAJAMART	Kec. Payakumbuh Barat
13	Karya Putra	Kec. Lamposi Tigo Nagori
14	Koperasi GPU	Kec. Payakumbuh Utara

Sumber: cumaps.net

Swalayan Budiman menjadi supermarket yang cukup besar di Kota Payakumbuh yang dapat bertahan dan menunjukkan kualitasnya kepada masyarakat Kota Payakumbuh yang membuatnya berkembang dan menjadi tempat belanja yang digemari oleh masyarakat Kota Payakumbuh yang berjalan sesuai dengan visinya yang berbunyi “mewujudkan swalayan terpercaya, terlengkap dan ternyaman” hal ini terbukti dengan lengkapnya produk yang ditawarkan oleh Swalayan Budiman dibandingkan pesaing nya, harga yang ditawarkannya lebih murah dari pesaing nya dan suasana toko yang membuat konsumen merasakan kenyamanan saat berbelanja yang membuat konsumen menjadi yakin dan percaya sehingga membuat keputusan untuk melakukan pembelian di Swalayan Budiman Kota Payakumbuh. P. Kotler (2014) menjelaskan bahwa keputusan akhir seorang pelanggan yang membeli jasa dan barang untuk menjadi konsumsi bersama atau sendiri disebut dengan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu faktor kelengkapan produk. Swalayan Budiman menawarkan produk dengan berbagai macam variasi jenis, kualitas, dan merk seperti bumbu dapur, makanan ringan, minuman, perlengkapan mandi dan perlengkapan dapur, baik produk yang telah lama dipasarkan maupun produk yang baru dipasarkan di Indonesia bisa didapatkan konsumen disana. Melalui survei yang telah dilakukan oleh penulis

terhadap Swalayan Budiman Kota Payakumbuh menawarkan produk yang baru dipasarkan di Indonesia seperti minuman dengan merk Olatte yang dijual pertama kali olehnya di Kota Payakumbuh yang dimana swalayan lainnya belum menyediakan produk tersebut dan kalau pun ada harga yang ditawarkan olehnya lebih mahal dari pada yang ditawarkan oleh Swalayan Budiman

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor harga. Harga merupakan sejumlah pembayaran yang diberikan oleh satu pihak ke pihak lainnya sebagai imbalan atas tenaga kerja dan produk (Daryanto, 2013). Dalam ekonomi mutakhir, biaya pada umumnya dikomunikasikan dalam unit uang tunai tertentu, harga pada umumnya dinyatakan dalam satuan mata uang tertentu pada perekonomian terkini. Penjual menawarkan harga awal barang atau jasa kepada pembeli di mana harga tersebut masih bisa ditawar oleh pembeli sebelum melakukan pembayaran (Hidayat, 2015). Swalayan Budiman merupakan swalayan yang menawarkan harga barang-barang lebih murah dan kompetitif dari pada minimarket ataupun supermarket yang lain seperti Niagara. Fast Mart dan Tiffany Mart, Swalayan Budiman menetapkan harga barang-barang dengan penuh perhitungan sehingga harga yang ditetapkan bersaing berdasarkan manfaat, nilai dan kualitas dari barang tersebut sehingga dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat Kota Payakumbuh, sehingga membuat masyarakat juga menjadikan harga sebagai alasan berbelanja disana.

Selanjutnya keputusan pembelian konsumen di Swalayan Budiman juga ditunjang oleh *store atmosphere*, *store atmosphere* dapat menambah nilai produk yang dijual dan juga bisa untuk menetapkan citra sebuah toko, suatu tempat

dengan citra yang bagus bisa memperpanjang usia perusahaan sehingga bisa membuat konsumen menjadi loyal kepada toko tersebut (Tyas et al., 2021). *Store atmosphere* juga dapat menjadi aspek yang membuat para pelanggan menentukan keputusan untuk berbelanja di Swalayan Budiman karena dari tata letak produk yang baik sehingga konsumen bisa dengan mudah mencari barang yang di inginkan, arsitektur, warnanya perpaduan warna merah dan putih membuat konsumen nyaman ketika melihatnya, kebersihan yang sangat terjaga dan pencahayaan yang sangat bagus sehingga dapat bisa menciptakan suasana yang membuat konsumen nyaman ketika membeli barang di Swalayan Budiman.

Pada penelitian kali ini, Penulis mencoba melakukan sebuah observasi kepada 30 orang masyarakat Kota Payakumbuh yang pernah berbelanja di Swalayan Budiman mengenai apa yang menjadi alasan mereka memutuskan untuk berbelanja di Swalayan Budiman. Hasil dari observasi tersebut yaitu sebanyak 11 orang pelanggan menyebutkan bahwa alasan mereka memutuskan berbelanja di Swalayan Budiman karena faktor kelengkapan barang dan harga, 5 orang pelanggan karena kelengkapan barang saja, 2 orang pelanggan karena faktor harga saja dan 12 orang pelanggan memutuskan berbelanja di Swalayan Budiman karena *store atmosphere*.

Berdasarkan survei dan latar belakang tersebut dan peneliti bermaksud untuk melakukan kajian yang lebih mendalam terhadap keputusan pembelian konsumen, seperti kualitas produk, harga, dan *store atmosphere* di Swalayan Budiman. Oleh karena itu penulis telah menetapkan judul penelitian ini sebagai berikut:

“Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Budiman di Kota

Payakumbuh”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, bisa disimpulkan rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Budiman di Kota Payakumbuh?.
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Budiman di Kota Payakumbuh?.
3. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Budiman di Kota Payakumbuh?.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian yang diperoleh adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Budiman Kota Payakumbuh.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Budiman Kota Payakumbuh.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Budiman Kota Payakumbuh.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, terdapat dua manfaat yang diharapkan akan memberikan manfaat kepada para pembaca yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Informasi yang ada pada penelitian diharapkan akan memberikan tambahan pengetahuan untuk para pembaca mengenai dampak kelengkapan produk, harga, *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini bisa membantu pengusaha ritel untuk meningkatkan keuntungan melalui aktifitas pemasaran dengan lebih memerhatikan konsep kelengkapan barang, harga, dan *store atmosphere* dan Diharapkan penelitian ini bisa menolong para pengusaha ritel untuk menaikkan tingkat keputusan pembelian konsumen.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menghindari kerancuan pada penelitian ini, penulis akan membatasi ruang lingkup dalam pembahasan pada penelitian ini. oleh sebab itu untuk mencegah terjadi perluasan masalah maka penulis akan menjelaskan ruang lingkup yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Pada Swalayan Budiman di Kota Payakumbuh. Penulis hanya mengambil beberapa sampel dari konsumen di Swalayan Budiman.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari latar latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Literatur

Pada akan diuraikannya penjelasan mengenai landasan teori yang berhubungan dengan masalah-masalah pada penelitian ini, penjelasan mengenai penelitian terdahulu, hipotesis yang dipakai serta terdapat gambaran kerangka pemikir.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang akan digunakan, populasi, sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengambilan sampel, skala pengukuran, pengukuran variabel dan metode analisis data yang nanti digunakan sebagai pembuktian hipotesis.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai deskripsi dari objek penelitian, hasil dari data yang telah didapatkan beserta interprestasinya.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan beserta rangkuman mengenai data yang telah diolah beserta saran yang mungkin

nanti akan berguna bagi pihak yang akan melakukan penelitian dan untuk penelitian selanjutnya.

