

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan perekonomian saat ini berdampak pada semakin banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan untuk melakukan persaingan. Sejalan dengan adanya kemajuan perekonomian, manusia membutuhkan adanya kebutuhan pangan yang harus dipenuhi. Kebutuhan sehari-hari tersebut dapat dipenuhi dengan membeli bahan pangan tersebut di pasar tradisional, tetapi dengan berkembangnya era modern saat ini dari tahun ke tahun pasar tradisional perannya sudah mulai tergantikan dengan banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan berbentuk toserba, *minimarket*, pasar swalayan. Agar suatu perusahaan dapat terus memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan strategi-strategi dalam bersaing terutama dibidang pemasaran.

Saat ini di kota Purwokerto toko atau pertokoan, toserba, *mini market*, pasar swalayan telah menjadi pilihan utama konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya karena memiliki beberapa kelebihan, seperti lebih praktis, harga yang sudah ditentukan, kenyamanan yang diberikan, rasa keamanan saat berbelanja dan promo-promo yang diberikan. Dengan banyaknya kelebihan tersebut maka membuat persaingan menjadi semakin ketat seperti halnya di purwokerto kini telah berdiri berbagai toko ataupun toserba, diantaranya: Moro, Matahari, Rita dan Aroma

Mengingat banyaknya toko ataupun toserba yang ada di Purwokerto maka membuat toko Aroma berlomba-lomba untuk mencari konsumen atau pelanggan baik dengan cara menonjolkan kelebihan masing-masing. Toko Aroma yang beralamat di Jl. Jenderal Soedirman No.217, Sokanegara, Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53116 merupakan toko yang berbeda dengan toko-toko lainnya yang menjual berbagai produk kebutuhan sehari-hari seperti makanan, buah-buahan, sayur-sayuran, dan *foodcourt* serta menjual berbagai macam kebutuhan konsumsi rumah tangga. Toko Aroma merupakan tempat yang ramai pembeli ataupun pengunjung. Hal ini dikarenakan Toko Aroma menyediakan kebutuhan konsumen secara lengkap sehingga konsumen dapat memenuhi berbagai kebutuhan rumah tangga dalam satu tempat. Selain itu toko Aroma memberikan pelayanan yang cukup baik dan konsumen berbelanja kebutuhan sehari-hari tanpa antrian panjang, harganya terjangkau, tempatnya cukup nyaman, letak strategis di jalan utama, dan memiliki area parkir yang cukup luas dan mudah.

Penting bagi perusahaan menyusun strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen sehingga dapat melakukan transaksi pembelian. Berbagai atribut yang dimiliki perusahaan merupakan potensi yang harus selalu diperhatikan dan dioptimalkan dalam menyusun strategi yang baik guna menarik konsumen. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian pada suatu swalayan atau toko yaitu seperti melalui harga, pelayanan, lokasi, fasilitas dan keragaman barang (Mulyani, 2009).

Menurut Haryanto (2013) harga adalah suatu uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. Riset yang dilakukan oleh Mimi (2015) dan Supirman (2016) menyimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kualitas layanan adalah sebuah kata yang dibagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik (Supranto, 2006) Kualitas layanan yang baik yaitu tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Wijaya, 2011). Riset yang dilakukan oleh Mimi (2015) menyimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen (Utami, 2010).

Lokasi dapat menentukan kesuksesan suatu produk atau jasa yang ditawarkan karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen akan memberikan kesan positif bagi konsumen, salah dalam memilih lokasi maka dapat mengakibatkan kerugian

bagi perusahaan (Tjiptono, 2008). Riset yang dilakukan oleh Mimi (2015) dan Supirman (2016) menyimpulkan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut Mulyani (2009) keragaman produk merupakan kelengkapan barang yang dijual dan ketersediaan barang-barang tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan keragaman produk sebagai berikut: “keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani oleh toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel. Riset yang dilakukan oleh Mimi (2015) menyimpulkan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Mimi (2015) yang meneliti tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di ranch Market, dengan menambahkan uji beda berdasarkan jumlah kunjungan yang dilakukan yaitu antara yang berbelanja sama yang hanya makan makanan ringan di tempat yang tersedia seperti *foodcourt*.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul skripsi tentang “**Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman produk Terhadap Keputusan Pembelian**” (Studi pada Konsumen Toko Aroma Purwokerto)

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keragaman produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen?
4. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen?
5. Apakah keragaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis secara simultan pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk menganalisis secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Untuk menganalisis secara parsial kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Untuk menganalisis secara parsial lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.
5. Untuk menganalisis secara parsial keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat atau kegunaan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan agar lebih giat melakukan promosi kepada masyarakat dan mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dengan harga produk yang terjangkau.

2. Bagi Akademisi

Sebagai karya ilmiah yang dapat dijadikan sebagai referensi maupun tambahan informasi bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

3. Bagi peneliti

- a. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- b. Sebagai bahan masukan untuk menambah serta memperluas pengetahuan penulis yang khususnya mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Serta menumbuhkan profesionalisme kerja dan pemecahkan masalah secara ilmiah.

4. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat kepada konsumen serta dapat dijadikan sebagai pertimbangan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian di Toko Aroma.