

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan ekonomi Indonesia menurut data Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), bisnis ritel mulai berkembang pada kisaran tahun 1980, seiring dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia. Hal ini timbul sebagai akibat dari pertumbuhan yang terjadi pada masyarakat kelas menengah. Dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata di atas 3% sejak tahun 2000 dengan demikian terkendalinya laju inflasi, bahwa ekonomi Indonesia bisa menguat kembali di masa mendatang. Akan tetapi pada akhir tahun 2017 bisnis ritel mengalami perlambatan 3,7% sedangkan tahun sebelumnya masih di atas 10%. Meskipun demikian bisnis ritel tetap akan ada pertumbuhan dan masih menarik untuk para investor, salah satunya para pelaku bisnis ritel melakukan upaya agar pertumbuhan terus terjaga, salah satunya dengan menyelenggarakan promosi atau diskon belanja demi menarik konsumen. (www.ekonomi.kompas.com).

Majenang merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Cilacap bagian Barat yang memiliki pertumbuhan yang cukup pesat. Hal ini karena Majenang merupakan Kecamatan yang sangat strategis berada di antara Jawa Tengah dan Jawa Barat, dan berdekatan dengan Kabupaten Berebes. Hal inilah yang menjadikan Majenang menjadi sasaran bagi para produsen dari berbagai jenis produk atau ciri khas dari semua daerah bisa diterima

oleh masyarakat Majenang. Hal ini juga bisa dilihat dari berbagai fasilitas yang dimiliki, mulai dari fasilitas ekonomi, pendidikan, sosial, dan fasilitas umum lainnya. Di bidang perdagangan khususnya ritel, telah banyak berdiri Dept store. Tercatat ada Alfamart, Indomaret, toserba Labana, toserba Sumber Urip, Yogya Dept. Store dan Laksana Baru Swalayan ([salam-budaya.blogspot.co.id](http://salam-budaya.blogspot.co.id)).

Saat ini bidang perdagangan khususnya ritel yang mengalami kemajuan adalah Laksana Baru Swalayan (LB). Laksana Baru Swalayan didirikan oleh KH. Imam Subky pada tanggal 11 Juni 1991. Pada awalnya Laksana Baru merupakan sebuah swalayan yang sangat sederhana, dengan kerja keras pendirinya saat ini Laksana Baru Swalayan yang merupakan pioner toko swalayan di wilayah Majenang karena banyaknya Informasi-informasi yang masuk ke Daerah-daerah lainnya. Swalayan merupakan suatu pusat perbelanjaan moderen, dikatakan sebagai pusat perbelanjaan moderen di karenakan transaksi yang dilakukannya sudah teratur dan sistematis. Yaitu pembeli dapat langsung memilih barang yang dibutuhkannya, melihat harga barang yang tertera dalam label kemasan (Internal perusahaan).

Menurut Kotler dan Keller (2009) Keputusan pembelian adalah suatu proses yang berasal dari semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan dan bahkan menyingkirkan suatu produk. Keputusan konsumen untuk berbelanja di Laksana Baru swalayan

dipengaruhi oleh *Store atmosphere*, keragaman produk dan kualitas pelayanan.

*Store atmosphere* adalah melibatkan afeksi dalam bentuk keadaan emosi konsumen yang berbelanja di dalam toko yang mungkin tidak sepenuhnya disadari olehnya. Keadaan emosi tersebut bersifat sementara dan mempengaruhi perilaku dalam toko dengan cara yang mungkin tidak disadari oleh konsumen. Dengan tata letak yang teratur konsumen mudah untuk mencari produk yang diinginkan Peter dan Olson (2014). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Nofiauwaty dan Yuliandi 2014; Syahputra dkk 2015; Suhardri dan Djawoto 2016; Agustina 2017) menyimpulkan bahwa *store atmosphere* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain *Store atmosphere* yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian adalah keragaman produk yang terbaru.

Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual, Kotler dan Keller (2007). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Yedida dkk 2014; Widodo 2016; Lutfi dan Irwanto 2017; Agustina 2017) menyimpulkan bahwa keragaman produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain keragaman produk, swalayan harus memiliki pelayanan yang dapat secara mandiri atau dilayani oleh para pramuniaga

toko. Serta pembayaran dilakukan di kasir dengan sistem pembayaran yang sudah terkomputerisasi, maka akan dapat memberikan pengaruh yang besar bagi swalayan tersebut.

Kualitas layanan bukanlah diukur atau dilihat dari persepsi atau sudut pandang penyedia jasa, namun berdasarkan persepsi dari konsumen itu sendiri dikarenakan konsumen yang merasakan dan menikmati jasa pelayanan yang diberikan atau disediakan oleh penyedia layanan. Konsumen mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk fasilitas yang tersedia menjadi salah satu pertimbangan konsumen menentukan pilihan Kotler dan Keller (2001). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Widodo 2016; Suhardri dan Djawoto 2016; Yedida 2017) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Maksud penelitian ini mengupayakan penggabungan dari variabel-variabel penelitian terdahulu yaitu *store atmosphere*, keragaman produk, dan kualitas pelayanan pada objek pembeli di Laksana Baru Swalayan. Di harapkan juga penggabungan variabel tersebut diatas akan menghasilkan model penelitian yang mampu menjelaskan fenomena keputusan pembelian dengan lebih baik.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti mengambil judul “Pengaruh *Store atmosphere*, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Laksana Baru Swalayan, Majenang”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *store atmosphere* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Laksana Baru Swalayan?
2. Apakah keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Laksana Baru Swalayan?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Laksana Baru Swalayan?
4. Apakah *store atmosphere*, keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Laksana Baru Swalayan?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui pengaruh *store atmospher* secara parsial terhadap pengambilan keputusan konsumen di Laksana Baru Swalayan, Majenang.
  - b. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Laksana Baru Swalayan Majenang.

- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Laksana Baru Swalayan Majenang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Store atmosphere*, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Laksana Baru Swalayan Majenang.

## 2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan bermanfaat bagi:

### a. Bagi Laksana Baru Swalayan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran terutama pada keputusan pembelian.

### b. Bagi Ilmu Manajemen

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan wawasan sebagai refrensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian.

### c. Bagi Konsumen

Penelitiian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi konsumen jika konsumen tersebut membaca hasil penelitian yang saya lakukan serta dapat dijadikan bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian di Laksana Baru Swalayan.

### d. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan atau wawasan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen

pemasaran dan penelitian ini juga menjadi syarat menyelesaikan Program Sarjana S1 di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

