

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin modern menyebabkan banyaknya persaingan di dunia bisnis. Perubahan dunia usaha yang semakin pesat ditandai dengan banyak perusahaan yang bermunculan bergerak dibidang perdagangan. Baik dalam bentuk toko, minimarket, departemen store, pasar swalayan (supermarket), dan usaha perdagangan lain-lain. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat diantara perusahaan dalam menawarkan barang atau jasa pada konsumen. Dengan adanya persaingan, manusia dituntut untuk bekerja keras dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk dapat mengambil atau menguasai pasar.

Perusahaan harus mampu bersaing dan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Untuk itu perusahaan harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dalam melakukan keputusan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) dalam Puspa dkk (2017:210) keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Konsumen sebagai pelaku utama dalam proses pembelian selalu menjadi perhatian produsen. Secara teoritis keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap barang yang ditawarkan sangat dipengaruhi oleh harga.

Harga menurut Kotler dan Amstrong (2014:313) dalam Sukmana dkk (2019:71) menerangkan bahwa definisi harga adalah jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Faktor yang tak kalah penting yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan adalah kelengkapan produk. Menurut Raharjani (2005:8) dalam Hafidzi (2013:20) dalam Korowa dkk (2018:29) mengemukakan variabel kelengkapan produk meliputi, keragaman barang yang dijual di pasar swalayan dan ketersediaan barang-barang tersebut dipasar swalayan.

Menurut Raharjani dalam Lemana (2017:2) dalam Hidayat (2020:3) berpendapat bahwa konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual.

Menurut Stanton (2006:222) dalam Korowa dkk (2018:29) yang dimaksud dengan produk adalah “sekumpulan atribut yang *tangible* (nyata) dan *intangibile* (tidak nyata) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer, dan pelayanan dari pabrik serta pengecer, yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya.

Toko Mutiara Fajar adalah salah satu usaha di bidang bahan bangunan yang terletak di Jalan Sunan Giri gang 13 ruko Griya Sekar Kedaton, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Mutiara Fajar berdiri

sejak tahun 2010 yang terus berkembang sampai saat ini dengan jumlah karyawan sebanyak 28 orang. Dibekali dengan keinginan untuk memenuhi kebutuhan penggunaan dibidang besi dan bahan bangunan, maka toko Mutiara Fajar terus berkembang dengan menambah produk-produk yang beraneka ragam peralatan bangunan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Didik Rahman Hakim selaku pemilik toko mengatakan bahwa pelanggan yang datang akan membeli beberapa jenis barang sekaligus. Misalnya kalau konsumen membeli pasir maka biasanya konsumen juga akan membeli semen, kalau konsumen membeli kayu maka biasanya konsumen juga akan membeli paku, dan sebagainya. Akan tetapi terkadang toko Mutiara Fajar tidak bisa memenuhi kebutuhan konsumen karena barang yang dicari habis atau memang toko ini tidak menjual barang tersebut. Sehingga mereka ada yang tidak jadi beli.

Permasalahan lain dalam toko Mutiara Fajar yaitu toko Mutiara Fajar dalam menentukan harga sudah disesuaikan dengan harga pasar dan rekomendasi dari pihak supplier. Namun toko bangunan Mutiara Fajar sering kali menemui konsumen yang tidak jadi beli. Hal ini dikarenakan menurut mereka yang ingin membangun atau merenovasi rumah dengan *budget* yang minimal menganggap bahwa harga di toko ini cenderung mahal dan tidak sesuai dengan yang mereka harapkan. Mereka juga terkadang membandingkan dengan toko lain yang justru terlihat dari kualitas barang pun tidak sama. Harga barang yang dijual di toko ini sesuai dengan kualitas barang tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Mutiara Fajar Gresik”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mutiara Fajar Gresik ?
2. Apakah kelengkapan produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mutiara Fajar Gresik ?
3. Apakah harga dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Mutiara Fajar Gresik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Mutiara Fajar Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Mutiara Fajar Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kelengkapan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toko Mutiara Fajar Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1.4.1 Teoritis

1. Bagi Universitas

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut, dan juga bisa untuk menambah referensi kepustakaan Universitas Gresik secara khusus pada bidang Manajemen Pemasaran.

2. Bagi Pemilik

Sebagai bahan masukan bagi pihak manajemen dalam menentukan harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di Toko Mutiara Fajar Gresik. Dan juga bisa memberikan ide-ide atau informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan mengenai harga dan kelengkapan produk pada bisnis ini.

3. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah. Dan menambah pengalaman serta sarana pelatihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah bahan bacaan yang menyangkut dalam ilmu pengetahuan ekonomi manajemen pemasaran dalam keputusan pembelian disuatu perusahaan.

1.4.2 Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian di Toko Mutiara Fajar Gresik. Dan juga memberikan ilmu pengetahuan terutama di bidang pemasaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.