

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri retail di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir, seiring dengan pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya beli masyarakat, dan perubahan gaya hidup. Perusahaan retail menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia karena perannya dalam menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat serta menciptakan lapangan pekerjaan yang luas. Saat ini, Supermarket di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Dengan meningkatnya pendapatan masyarakat dan perubahan gaya hidup, konsumen semakin tertarik untuk belanja ke supermarket modern yang menawarkan kenyamanan, kemudahan, serta beragam pilihan produk.

Persaingan yang semakin ketat saat ini akan industri ritel, terutama supermarket Ranch Market, Farmer Market, Hokky, Grand Lucky dan Papaya, pasti menghadapi tantangan besar dalam menarik perhatian konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Supermarket sebagai salah satu saluran distribusi utama barang kebutuhan sehari-hari, terus berusaha untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif guna menarik minat pembeli. Salah satu cara yang sering dilakukan adalah melalui berbagai bentuk promosi, pemberian diskon, serta peningkatan kualitas Pelayanan.

The Gourmet Supermarket adalah salah satu contoh perusahaan retail yang mengikuti tren ini dengan menawarkan produk berkualitas tinggi dan layanan

premium. Melalui inovasi berkelanjutan dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, The Gourmet Supermarket berkomitmen untuk menjadi pemimpin dalam industri retail Indonesia.

The Gourmet Supermarket didirikan dengan tujuan untuk menghadirkan pengalaman belanja yang nyaman, modern, dan berkualitas tinggi bagi masyarakat. Dengan meningkatnya kebutuhan akan produk-produk segar, impor, dan kebutuhan rumah tangga berkualitas, The Gourmet Supermarket berkomitmen untuk menjadi solusi terbaik bagi konsumen yang mencari produk premium dengan harga yang terjangkau. Supermarket kompetitor juga memiliki kesamaan dengan The gourmet terkait harga terjangkau dan layanan, akan tetapi sejak berdirinya The Gourmet Supermarket telah membangun reputasi sebagai pusat perbelanjaan yang mengutamakan kepuasan pelanggan. Kami tidak hanya menyediakan produk pilihan berkualitas, tetapi juga mengedepankan layanan pelanggan yang profesional serta berbagai promosi menarik untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan setia kami. Dengan lokasi strategis, suasana toko yang nyaman, dan produk yang selalu terjamin kesegarannya, The Gourmet Supermarket terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dari berbagai kalangan.

Selain itu, penelitian lain juga menekankan pentingnya promosi dalam menarik perhatian konsumen. Diskon dan promosi tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga dapat memperkuat hubungan emosional antara konsumen dan merek. Hal ini sejalan dengan temuan yang menyatakan bahwa "diskon memberikan insentif bagi konsumen untuk mencoba produk baru atau

membeli dalam jumlah yang lebih besar". Dengan demikian, kombinasi antara promosi, diskon, dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian di supermarket seperti The Gourmet. Hal ini yang mendorong bisnis ritel agar menciptakan keputusan pembelian yang tinggi guna terpenuhinya harapan konsumen. Hal ini didukung pula oleh teori (Tjiptono 2012) menjelaskan keputusan pembelian yang tinggi merupakan harapan agar konsumen dapat melaksanakan pembelian yang berjumlah banyak, dan nilai pembelian yang tinggi.(dalam Sitepu et al., 2018). Diskon yang diberikan oleh supermarket The Gourmet berupa potongan harga, beli 1 gratis 1, beli 2 gratis 1.

Promosi merupakan strategi pemasaran yang telah terbukti efektif dalam mendorong keputusan pembelian konsumen. Promosi (promotion) merupakan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membeli(Pranata et al., 2022). Promosi, baik itu dalam bentuk penawaran harga yang menarik, hadiah langsung, atau program loyalitas, dapat meningkatkan visibilitas suatu produk dan mendorong konsumen untuk membeli barang. Diskon, di sisi lain, menjadi daya tarik utama bagi konsumen yang berorientasi pada harga, memberikan insentif bagi konsumen untuk membeli lebih banyak produk dalam waktu yang relatif singkat. Promosi yang dilakukan oleh supermarket The Gourmet saat ini seperti promo gratis voucher, dan juga ada reward pembelian.

Diskon juga merupakan bagian dari bahan promosi yang dikomunikasikan kepada customer agar dapat memberikan kesan harga terjangkau kepada customer. Sebagian besar perusahaan membuat modifikasi terhadap harga dengan menyesuaikan harga mereka dan memberikan diskon serta insentif untuk kegiatan pembayaran. Penetapan harga diskon menjadi modus operandi bagi perusahaan yang menawarkan produk atau jasa. Diskon yang diberikan jumlahnya tidak boleh melebihi penghematan biaya yang meliputi penghematan biaya penjualan, biaya persefiaan, dan biaya transportasi yang lebih rendah.(Anggraeni, 2016)

Kualitas pelayanan merupakan upaya mencukupi keperluan serta hasrat klien juga ketepatan penyampaian saat menyempurnakan impian konsumen. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen(Musdalifah & Noor, 2019). Menurut Tjiptono (2019:59)(dalam Lestari, 2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan akan memiliki peran penting dalam keputusan pembelian jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Supermarket The Gourmet juga memberikan layanan kepada customer berupa bantuan saat pelanggan kesulitan menemukan barang yang akan dibeli, memberikan pengetahuan produk kepada pelanggan terkait produk yang dijual, serta banyak lagi pelayanan dari supermarket The Gourmet yang selalu ditawarkan kepada pelanggan.

Supermarket The Gourmet, sebagai salah satu pemain utama di industri ritel, perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat merancang strategi pemasaran yang tepat. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana promosi, diskon, dan kualitas pelayanan dapat memengaruhi keputusan pembelian di Supermarket The Gourmet.

Kualitas pelayanan juga tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian menunjukkan bahwa "kualitas produk dan kekuatan promosi memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian". Oleh karena itu, penting bagi supermarket untuk tidak hanya fokus pada harga, tetapi juga pada pengalaman belanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Dengan memahami pengaruh dari ketiga variabel ini promosi, diskon, dan kualitas pelayanan supermarket dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Permasalahan utama yang dihadapi The Gourmet Supermarket adalah bagaimana mengoptimalkan strategi promosi, diskon, dan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan. Supermarket The Gourmet berkomitmen untuk menyediakan pengalaman belanja yang luar biasa dan memuaskan bagi setiap pelanggan. Supermarket The Gourmet berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan efisien, serta memastikan bahwa Customer mendapatkan pengalaman belanja yang terbaik. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut pengaruh dari promosi,

diskon, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di The Gourmet Supermarket. Sehingga peneliti hendak menelusuri lebih lanjut pengaruh masing-masing variabel dengan mengambil judul Pengaruh Promosi, Diskon, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Customer di Supermarket The Gourmet.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian customer di supermarket the gourmet?
2. Apakah diskon berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian customer di supermarket the gourmet?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian customer di supermarket the gourmet?
4. Apakah promosi, diskon, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian customer di supermarket the gourmet ?

1.3 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada:

1. Fokus pada Supermarket The Gourmet yang berada di area perkotaan tertentu.

2. Faktor-faktor yang dianalisis dalam penelitian ini terbatas pada promosi, diskon, dan kualitas pelayanan yang ada di Supermarket The Gourmet.
3. Responden yang dijadikan sampel adalah konsumen yang pernah berbelanja di Supermarket The Gourmet dalam periode 3 bulan terakhir.
4. Fokus penelitian hanya pada keputusan pembelian barang di supermarket The Gourmet secara umum, tanpa memisahkan kategori produk tertentu seperti kebutuhan pokok, barang mewah, atau produk promosi khusus.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk di Supermarket The Gourmet.
2. Untuk mengetahui pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian produk di Supermarket The Gourmet.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan produk di Supermarket The Gourmet.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, diskon dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di Supermarket The Gourmet.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. **Pengembangan Ilmu Manajemen Pemasaran** : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam memahami bagaimana promosi, diskon, dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. **Referensi Akademis** : Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti lain yang tertarik pada topik serupa, serta menambah wawasan mengenai strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan penjualan.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. **Bagi Perusahaan:** Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai strategi promosi, diskon, dan kualitas pelayanan pelanggan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Supermarket The Gourmet.
 - a. **Strategi Pemasaran** : Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen Supermarket The Gourmet untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan mengidentifikasi elemen-elemen promosi dan diskon yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
 - b. **Peningkatan Pelayanan** : Penelitian ini juga memberikan wawasan tentang pentingnya kualitas pelayanan pelanggan dalam mempengaruhi

keputusan pembelian, sehingga perusahaan dapat meningkatkan layanan untuk menarik lebih banyak pelanggan.

2. **Bagi Peneliti:** Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai pengaruh faktor-faktor pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen dalam industri ritel.
3. **Bagi Konsumen:** Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan kepada konsumen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam berbelanja di supermarket.