

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan semakin pesatnya perkembangan bisnis ritel di Indonesia, tentunya akan semakin banyak pula gerai ritel baru yang akan bermunculan. Di satu sisi keadaan ini akan memberikan keuntungan bagi pihak konsumen, karena banyaknya pilihan yang ditawarkan sehingga memungkinkan konsumen untuk memilih retail yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Dalam proses perencanaannya banyak hal yang harus diperhatikan mulai dari pemilihan lokasi yang strategis, serta *positioning* terhadap produk yang ditawarkan. Penetapan harga yang ditentukan oleh toko dapat mempengaruhi tingkat pembelian konsumen.

Kemajuan perekonomian selama ini dapat berkembang dengan pesat dalam bidang usaha. Banyaknya bermunculan pedagang eceran yang berbentuk toko, *mini market*, toserba, dan lain-lain. Hal itu akan menimbulkan persaingan antar ritel. Untuk memenangkan persaingan pasar mereka memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar bisa menguasai pasar. Dengan adanya strategi pemasaran, perusahaan mampu menentukan arah dengan mengidentifikasi dari segi pasar, pesaing, pelanggan dan lain sebagainya untuk mencapai keuntungan yang lebih maksimal.

Menurut Lupiyoadi (2013:92) produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen.

Menurut Assauri (2009:200) dalam Indriyani (2017:3) Produk yaitu barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Produk terdiri dari suatu kombinasi fisik dan elemen jasa atau pelayanan dan keseimbangan antara keduanya secara bervariasi.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266) dalam Indriyani (2017:3) produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya.

Menurut Armeliani (2018:2) kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan pembelian. Konsumen tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk yang akan dibeli. Dalam suatu usaha yang menjadi perhatian utama konsumen adalah cita rasa, kebersihan makanan serta cara penyajiannya. Konsumen biasanya lebih tertarik dengan makanan yang selain rasanya enak dan juga memiliki tata penyajian menarik.

Menurut Moenroe dalam Nugroho (2015) harga adalah jumlah uang yang harus di bayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Dengan kata lain seseorang akan membeli barang jika pengorbanan yang dikeluarkan (uang dan waktu) sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari produksi.

Menurut Kotler (2007) dalam Andini Prisca (2012:41) menunjukkan bahwa pentingnya unsur harga dalam pengambilan keputusan konsumen. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Biaya hidup yang melonjak dan penurunan daya beli secara umum membuat konsumen lebih sadar terhadap harga dalam perilaku berbelanjanya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) dalam Indriyani (2017:4) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Menurut Armeliani (2018:4) setelah mempertimbangkan kualitas produk dan harga, konsumen juga mempertimbangkan pemilihan lokasi. Lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan tingkat penjualan suatu usaha.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:63) lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang tergantung dan terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa.

Menurut Misuari Fahmi (2017:3) lokasi menjadi salah satu pertimbangan yang harus dilakukan oleh pengusaha, dalam hal menentukan lokasi seorang pengusaha dapat melakukan *riset* tertentu karena lokasi merupakan faktor yang penting. Karena semakin strategis lokasi usaha tersebut maka semakin memberikan dampak yang baik bagi usahanya, dalam pemilihan lokasi diperlukan pertimbangan yang khusus meliputi kemudahan untuk dijangkau transportasi umum (*visibilitas*) yang baik yaitu : keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, lingkungan sekitar mendukung barang dan jasa yang ditawarkan. Dalam pemilihan lokasi usaha perlu mempertimbangkan faktor lingkungan masyarakat.

Menurut Donni Priansa (2016:94) keputusan pembelian konsumen merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang di alami konsumen ketika akan melakukan pembelian tertentu. Tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan.

Produk, harga dan lokasi merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran yang mempunyai peran yang sangat penting .

Toko Cahaya ATK Suci Gresik merupakan usaha perseorangan yang didirikan oleh Bapak Khusaini dan keluarga. Usaha ini merupakan usaha yang bergerak dibidang penjualan ATK dan *fotocopy* yang di peruntukkan untuk segala kalangan .

Awal mula berdirinya toko Cahaya ATK Suci Gresik pada tahun 2011, yang bertempat di Jl.Panggung No.43 Suci Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik, dengan memiliki jumlah tenaga kerja 4 orang. Di samping berdirinya toko Cahaya ATK Suci Gresik di pengaruhi oleh beberapa faktor yakni faktor ekonomi. Pada saat itu *owner* bekerja di salah satu perusahaan di Surabaya, kemudian *owner* memiliki sedikit masalah dan pendapatan yang dihasilkan dirasa kurang untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Kemudian *owner* dan keluarga bermusyawarah ingin membuka sebuah usaha yang jarang ada di Suci, karena pada saat itu hanya ada beberapa saja yang membuka jasa *fotocopy*, atau menjual ATK. Setelah itu *owner* dan keluarga memutuskan untuk membuka usaha penjualan ATK dan *fotocopy*. Kendala yang terjadi pada saat awal mula perintisan kurangnya konsumen yang membeli. Dan saat ini Toko Cahaya ATK Suci Gresik sudah mempunyai pelanggan yang cukup banyak atas kerja kerasnya selama 10 tahun.

Toko Cahaya ATK Suci Gresik adalah salah satu toko yang menjual produk yang cukup lengkap dibandingkan dengan toko lain. Mulai dari alat tulis kantor (ATK), jasa *fotocopy*, jasa *printing*, jasa penjilidan, poster, *soft drink*,

perlengkapan pramuka, meja belajar, *accessories* pria atau wanita, dan lain-lain. Mereka menyediakan berbagai macam merek, kualitas produk, dan variasi produk. Namun produk yang mereka jual memiliki harga yang cukup tinggi, karena adanya beberapa faktor seperti: faktor kelengkapan atau kualitas produk yang mereka jual, atau faktor pesaing antar ritail. Sehingga berpengaruh terhadap harga yang ditawarkan. Akan tetapi konsumen tetap melakukan keputusan pembelian di toko tersebut. Toko Cahaya ATK Suci Gresik juga memiliki lokasi yang strategis, dekat dengan pemukiman warga, tepi jalan raya, serta sekolah-sekolah dan berada di antara pondok pesantren, sehingga mudah mendatangkan konsumen dan banyak yang melakukan keputusan pembelian di toko tersebut. Kelemahan Toko Cahaya ATK Suci Gresik harga yang diberikan cukup mahal dibanding dengan toko ATK lain yang berlokasi cukup jauh dari Toko Cahaya ATK Suci Gresik. Dan juga tempat parkir yang disediakan untuk roda empat kurang memadai sehingga kendaraan roda empat sulit untuk bisa masuk.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas yang ditemukan penelitian dasar fenomena yang terjadi di lapangan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik ?

2. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik?
3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik?
4. Apakah produk, harga, lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Secara Teoristis

1. Bagi Universitas

Sebagai masukan serta tambahan referensi bagi Universitas dalam menentukan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran produk harga dan lokasi terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik.

2. 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.

3. Bagi Pembaca

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

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian di Toko Cahaya ATK Suci Gresik tersebut. Dan juga Memberikan ilmu pengetahuan terutama di bidang pemasaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.