

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan di bidang ekonomi saat ini telah banyak membawa perkembangan yang sangat pesat di bidang usaha. Salah satunya saat ini telah banyak berkembang tempat perbelanjaan modern di kota-kota besar, termasuk di Kota Padang. Tempat perbelanjaan modern saat ini diantaranya yaitu minimarket, toserba, pasar swalayan (supermarket), dan lain-lain. Hal ini menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumen, karena mulai tertarik untuk berbelanja ditempat yang mungkin dirasa lebih nyaman, selain itu atribut-atribut yang ditawarkan pasar swalayan cukup menarik hati konsumen.

Swalayan merupakan salah satu tempat yang paling dekat dengan konsumen, sehingga swalayan ini memiliki peran aktif dalam pemasaran. Swalayan dapat dengan mudah mempengaruhi dan secara cepat dapat mengarahkan keputusan dari konsumen.

Swalayan hadir dengan menawarkan berbagai hal positif antara lain kenyamanan saat berbelanja, pelayanan yang baik, keamanan, kemudahan, variasi produk yang semakin beragam, kualitas produk yang semakin meningkat, dan tentu saja harga produk yang menjadi lebih murah sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian merupakan usaha konsumen untuk mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.¹

Keputusan pembelian merupakan tahap terakhir konsumen dalam menentukan atau mengetahui swalayan mana yang akan dipilihnya untuk melakukan pembelian suatu produk. Keputusan pembelian ulang tercipta setelah konsumen melakukan serangkaian proses pembelian konsumen : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Keputusan pembelian terdapat faktor faktor yang dapat mempengaruhinya, yaitu lokasi penjual yang strategis, pelayanan yang baik, kemampuan tenaga penjualnya, tingkat harga, iklan dan promosi, serta penggolongan barang. Persepsi konsumen terhadap kualitas merupakan suatu hal yang sulit dipahami, bahkan pemahaman tentang kualitas sering disalah artikan sebagai sesuatu yang baik, kemewahan, keistimewaan atau sesuatu yang berbobot. Kesulitan penilaian terhadap kualitas dirasakan lebih berat, mengingat persepsi konsumen dalam menilai kualitas bersifat sangat subjektif. Padahal telah dipahami bahwa kualitas produk baik barang maupun jasa akan memberikan kontribusi yang besar terhadap kepuasan pelanggan,

¹ Tri Widodo, “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada swalayan Ada Baru di Kota Salatiga)”, Vol 9 No 17, Juli 2016, hal. 98

pangsa pasar, dan pengambilan atas investasi perusahaan melalui penurunan biaya dan perbaikan produktivitas.²

Kualitas dapat dipandang secara luas sebagai keunggulan atau keistimewaan dan dapat didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang relatif istimewa terhadap pelanggan. Jika perusahaan melakukan hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, berarti perusahaan tersebut tidak memberikan kualitas layanan yang baik.³ Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen, maka akan memberikan dampak yang sangat besar bagi Swalayan.

Oleh karena itu dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan dapat menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan ditempat lain. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat tersebut.

Jadi perusahaan harus memulai memikirkan betapa pentingnya pelayanan pelanggan atau pelayanan terhadap konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena sekarang makin disadari bahwa pelayanan

² Christina Whidya Utami, “*Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*”, (Jakarta : Salemba Empat, 2006), 245

³ *Ibid*

(kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Selain kualitas pelayanan, harga juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Harga merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Dalam melakukan transaksi, konsumen akan memilih harga yang lebih murah untuk memenuhi kebutuhannya. Ketika konsumen akan membeli suatu barang sering membandingkan obyek harga barang dengan harga lain. Dengan barang yang sama namun harga yang berbeda tentu konsumen akan lebih memilih harga yang paling murah. Jika harga tersebut dapat menarik perhatian konsumen maka akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Selanjutnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Dalam pemilihan lokasi usaha perlu mempertimbangkan faktor lingkungan masyarakat, kedekatan dengan konsumen dan kedekatan dengan fasilitas transportasi umum.

Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen, kelancaran arus pejalan kaki dan sebagainya.⁴ Jika faktor lokasi dapat mempengaruhi minat beli konsumen maka lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Citra swalayan merupakan swalayan yang sudah cukup lama berdiri di Kota Padang yaitu pada tahun 1996. Swalayan ini sudah banyak membuka cabang di Kota Padang bahkan di Sumatera Barat. Meskipun sudah berdiri lama namun konsumen dari Citra Swalayan ini masih tetap ramai walaupun banyak swalayan lain yang bersaing. Citra swalayan kurangi berdiri pada tahun 2016, namun konsumennya tidak kalah saing dengan Citra Swalayan lain yang sudah berdiri lama.

Citra swalayan kurangi berada di lokasi yang cukup strategis yaitu berada di dekat persimpangan dan merupakan jalan transportasi umum dan dekat dengan perumahan. Produk yang dijual juga banyak dan lengkap, mulai dari barang kecantikan, makanan, minuman, dan lain-lain jadi konsumen bisa memilih sepuas hati mereka. Konsumen dari citra swalayan bisa dari semua kalangan dan semua umur, mulai dari anak-anak, pelajar, mahasiswa, ibu-ibu dan bapak-bapak.

⁴ Winaika Irawati dan Muhammad Edwar, “Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amanah Swalayan Rengel” Skripsi Sarjana, (Surabaya : UNS), hal. 5

Citra Swalayan menawarkan harga yang relatif terjangkau oleh kantong konsumen. Dibandingkan dengan swalayan lain, harga di Citra Swalayan termasuk harga yang murah. Citra Swalayan juga menampilkan harga di rak-rak, sehingga konsumen tidak bingung berapa harga dari barang yang akan ia beli.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Citra Swalayan Kuranji bersikap sopan dan ramah. Pramuniaga menyambut konsumennya dengan cara berdiri di depan pintu lalu memberikan senyuman dan memberikan salam. Kasir di Citra swalayan ada 2 orang, tujuannya menghindari terjadinya antrian yang panjang. Transaksi di Citra Swalayan juga bisa menggunakan kartu kredit dan kartu debit, sehingga konsumen yang tidak mempunyai uang cash tidak pusing lagi untuk berbelanja. Selain itu Citra Swalayan Kuranji juga memberikan fasilitas-fasilitas yang memberikan kenyamanan pada pelanggan seperti fasilitas parkir yang luas dan gratis. Sehingga konsumen nyaman berbelanja di Citra Swalayan Kuranji.

Jadi, jika Citra Swalayan dapat memenuhi variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi yang telah dibahas diatas, maka akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk berbelanja di Citra Swalayan.

Berdasarkan uraian di atas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Citra Swalayan Kuranji. Peneliti difokuskan pada tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap keputusan pembelian di Citra Swalayan Kuranji. Dengan informasi dan masalah yang diterima maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CITRA SWALAYAN KURANJI PADANG”**

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah nya adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Citra Swalayan Kuranji?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Citra Swalayan Kuranji?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Citra Swalayan Kuranji?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Citra Swalayan?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan fokus, sempurna dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabel nya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan “Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada Citra Swalayan Kuranji. Keputusan pembelian dipilih karena

banyaknya pelanggan akan menghasilkan dampak yang baik bagi Citra Swalayan.

D. Tujuan Penelitian

Dengan memperhatikan permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat diuraikan tujuan dalam melakukan penelitian, diantaranya :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli di Citra Swalayan Kuranji.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan membeli di Citra Swalayan Kuranji.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan membeli di Citra Swalayan Kuranji.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan membeli di Citra Swalayan Kuranji.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan pada Citra Swalayan Kuranji ini antara lain sebagai berikut :

1. Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan, sebagai bahan tambahan referensi dan wacana khususnya yang berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan, harga, lokasi, serta keputusan pembelian.

2. Praktis

Bagi Citra Swalayan Kuranji, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan pihak pengelola dalam pengolahan kualitas pelayanan, harga dan lokasi untuk menciptakan keputusan pembelian di Citra Swalayan Kuranji, serta dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen.

F. Sistematika Penulisan

Agar penulisan skripsi ini lebih jelas dan terfokus pada permasalahan yang dibahas, maka perlu disusun suatu sistematika penulisan yang tepat. Skripsi ini disusun dalam 5 bab dengan rincian sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II. TINJUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori relevan yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran serta perumusan hipotesis.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan dan menjelaskan mengenai variabel penelitian dan definisi penelitian, jenis dan sumber data

yang diperlukan serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian yang kemudian dibahas untuk menyampaikan jawaban masalah-masalah penelitian.

BAB V. PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi teoritis maupun implikasi manajerial dan saran-saran kepada pihak yang terkait mengenai dari hasil penelitian yang telah dilakukan.



UIN IMAM BONJOL
PADANG