

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam bidang industri jasa dan dagang sangat berperan penting dalam dunia perekonomian, dimana perekonomian mampu memberikan perubahan yang berarti bagi kehidupan masyarakat. Perubahan tersebut mengakibatkan terjadinya peningkatan bisnis ritel atau eceran. Ini ditandai dengan banyaknya bisnis ritel *modern* yang bermunculan, tidak hanya di kota-kota besar, namun sudah menyebar ke daerah-daerah kecil di Indonesia dengan konsep *one stop shopping*, yang memenuhi segala kebutuhan berbelanja di suatu tempat perbelanjaan. Banyaknya bisnis ritel membuat masyarakat semakin selektif dalam berbelanja, mereka dihadapkan dengan bermacam-macam tawaran barang dan jasa sehingga mereka akan selalu memilih barang dan jasa yang terbaik, sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pendapatan mereka. Saat ini konsumen lebih memiliki kekuasaan yang menentukan di dalam dunia bisnis, sehingga konsumen lebih bebas memilih produk yang akan dikonsumsi dan pada siapa mereka membeli produk tersebut. Oleh karena itu setiap pebisnis ritel berlomba-lomba dengan segala strategi dan keunggulannya untuk memikat konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan pebisnis ritel tersebut.

Minat beli menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam

mempengaruhi konsumen dalam menumbuhkan minat beli sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek, selalu memperhatikan kelengkapan produk, meletakkan harga yang pas, lokasi yang mudah dijangkau, dan menyediakan kualitas pelayanan yang baik.

Fitriah (2018:78) dalam (Sari et al., 2020), mendefinisikan minat beli yaitu dengan menciptakan suatu hal yang dapat terekam dalam pikiran konsumen lalu menjadikannya suatu keinginan yang sangat kuat dengan cara motivasi. Untuk itu perusahaan harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam proses penentuan dimana seseorang akan berbelanja terlihat bahwa faktor kelengkapan produk dan harga juga menentukan. Keputusan berbelanja biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli seperti kesesuaian produk, harga yang ditawarkan.

Kotler mengungkapkan bahwa kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Kedalaman, luas dan kualitas keragaman barang sering merupakan determinan dalam pemilihan toko. Produk menurut Firmansyah A. (2019) dalam (Hutabarat, 2016) adalah sesuatu untuk dipakai, diperhatikan, dikonsumsi, atau dimiliki dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan maupun keinginan konsumen.

Menurut Firmansyah (2018:186) dalam (Sari et al., 2020) harga merupakan sejumlah *value* atau dana yang dibebankan pada suatu jasa atau

produk terhadap jumlah *value* yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat harga sebagai factor penting yang dapat mempengaruhi pilihan pembeli.

Di era *modern* seperti, berbagai perusahaan sangat giat dalam mempelajari tanggapan konsumen atau masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Berbagai perusahaan juga ingin mengetahui faktor apa saja yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli jasa dan produk yang ditawarkan.

Tabel 1. 1 Daftar Nama dan Harga Produk di Bana Swalayan

No.	Nama Produk	Harga
1	Indomie Soto Padang	Rp. 3.500
2	Indomie Goreng Rendang	Rp. 3.500
3	Indomie Goreng Ayam Geprek	Rp. 3.500
4	Indomie Rasa Bolognese	Rp. 2.800
5	Dancow Coklat Fortigo 38g	Rp. 3.500
6	Dancow 3+ 400g Madu	Rp. 51.000
7	Dancow 3+ 800g Vanila	Rp. 99.500
8	Pop Mie Kari Ayam	Rp. 4.500
9	Pop Mie Pedes Dower	Rp. 5.500
10	Pop Mie Mini Baso Sapi	Rp. 3.000
11	Frisian Flag UHT 180ml Swiss Chocolate	Rp. 4.000
12	Frisian Flag Full Cream 400g	Rp. 45.000
13	Frisian Flag Cokelat 190ml	Rp. 4.500
14	Frisian Flag Stroberi 180ml	Rp. 4.500
15	Rexona Men Invisible Dry 40ml	Rp. 18.000
17	Marina Total Care 100ml	Rp. 6.000
18	Citra Fresh Radiance 120ml	Rp. 10.500
19	Bimoli Spesial 5L	Rp. 97.000
20	Bimoli Spesial Reff 2L	Rp. 37.500

21	Bimoli Clasic Reff 2L	Rp. 37.000
22	Sunco 5L	Rp. 120.000
23	Sunco Reff 2L	Rp. 40.000
24	Madu TJ Murni 250g	Rp. 27.500
25	Chitato Original Edition 55g	Rp. 7.500

Sumber: Observasi Penulis

Bisnis ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan produk langsung kepada konsumen tingkat akhir. Hal tersebut membuktikan bahwa bisnis ritel berperan penting dalam menghubungkan produsen kepada konsumen. Pada saat ini bisnis ritel perlu meningkatkan daya saing mengingat banyaknya perusahaan sejenis yang bermunculan. Konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi tidaknya pembelian. Kondisi semacam ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin kritis dalam memilih tempat belanja. Sifat kritis tersebut dicirikan antara lain masyarakat menginginkan barang selengkap mungkin, harga yang terjangkau, lokasi yang mudah didatangi oleh konsumen, pelayanan yang baik, yang semuanya terdapat dalam satu toko yaitu pasar swalayan.

Menurut **Rahayu (2018)** lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahayadan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Oleh karena itu, pemilihan lokasi penting dilakukan agar konsumen juga mengetahui bentuk fisik dari sebuah usaha yang ditawarkan. Lokasi yang strategis juga menjadi salah satu hal penting bagi pebisnis ritel. Yang mana lokasi usaha

akan berhubungan dengan masalah efisiensi transportasi, seperti kemudahan dalam pendistribusian dan kemudahan mencapai konsumen.

Bana Swalayan merupakan swalayan yang cukup terkenal di Pasaman Barat. Beralamat di Jl. Flores Kuamang Ujung Gading Lembah Melintang, Pasaman Barat. Dengan lokasi yang strategis dan terletak di jalan utama sehingga mudah dijangkau oleh banyak orang. Bana Swalayan menyediakan lahan parkir yang luas, yang bias memudahkan konsumen untuk memarkirkan kendaraannya.

Kualitas pelayanan menurut **Indahingwati (2019:22)** dalam (Sari et al., 2020) merupakan keunggulan yang dimiliki pada suatu layanan yang penilaiannya tersebut hanya dapat dinilai oleh pelanggan. Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Perusahaan yang memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi akan lebih memberikan keuntungan dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang rendah. Konsumen akan lebih berminat melakukan pembelian jika pelayanan yang diberikan pihak swalayan sangat tepat. Pelayanan bertujuan memfasilitasi pembeli saat berbelanja di swalayan tersebut. Pelayanan terhadap konsumen merupakan salah satu hal yang harus dilakukan untuk mempermudah pelanggan dalam mencari dan melakukan pembayaran terhadap produk yang akan dipilih konsumen.

Bana Swalayan bukan satu-satunya usaha ritel di Ujung Gading, masi ada usaha ritel lain yang menjadi pesaing Bana Swalayan di daerah tersebut. Karena banyaknya pilihan swalayan di Ujung Gading, masyarakat akan lebih selektif dalam menentukan tempat membelanjannya, dimana konsumen ingin swalayan yang lengkap dalam menyediakan kebutuhannya. Oleh karena itu swalayan-

swalayan tersebut bersaing menunjukkan keunggulannya untuk memperebutkan konsumen serta mempertahankan konsumen yang telah ada.

Untuk dapat bertahan bersaing dengan swalayan lainnya maka swalayan harus memiliki suatu strategi pemasaran yang tepat dan jitu dengan lebih memperhatikan apa kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen dapat memberikan keputusan pembeliannya saat di swalayan tersebut. Hal ini akan memberikan nilai lebih, yang dapat dirasakan oleh konsumen dan dapat mengungguli para pesaingnya.

Dugaan sementara, produk yang ditawarkan di Bana Swalayan lebih lengkap dibanding dengan pesaingnya. Hal ini dapat dilihat dari lengkapnya jenis produk yang ditawarkan, merk, variasi ukuran, dan variasi kualitas produk. Sedangkan dari segi pelayanan, Bana Swalayan mempunyai beberapa karyawan, kasir yang akan lebih mempermudah dan mempercepat konsumen dalam berbelanja.

Alasan mengapa peneliti memilih keempat faktor yaitu kelengkapan produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan untuk diteliti pengaruhnya adalah karena peneliti sendiri sering berbelanja di Bana Swalayan. Peneliti merasa harga yang ditawarkan di Bana Swalayan terjangkau, produk yang ditawarkan juga lengkap dan beragam, lokasi yang mudah dijangkau, ditambah lagi pelayanan dari karyawan yang bagus dan ramah. Dari hal tersebut peneliti juga ingin tahu apakah pengaruh faktor kelengkapan produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap konsumen lain sehingga timbulnya minat beli di Bana Swalayan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap konsumen Bana Swalayan dengan judul **“Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Bana Swalayan Ujung Gading Kab. Pasaman Barat”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pelanggan mempunyai faktor yang dipertimbangkan dalam mengambil keputusan memilih swalayan untuk memenuhi kebutuhannya, inilah yang harus diperhatikan oleh pengusaha ritel.
2. Melihat persaingan *retailing* sangat ketat, maka pengusaha harus selektif dalam memilih strategi yang digunakan untuk mempertahankan kelengkapan produk.
3. Harga yang kompetitif biasanya dijadikan tolak ukur dalam menentukan minat beli konsumen, khususnya pada usaha ritel. Dalam hal ini pengusaha ritel harus memperhatikan harga-harga produk yang ditawarkan ke konsumen agar tidak beralih ke swalayan lain.
4. Kualitas pelayanan harus diperhatikan oleh pengusaha, misalnya keramahan, kesopanan, daya tanggap karyawan dalam melayani pelanggan serta penampilan yang menarik.
5. Banyaknya pesaing yang menawarkan produk dan pelayanan yang sama dibidang bisnis ritel.

6. Kualitas pelayanan terkadang kurang dipahami oleh penyedia jasa, yang sebenarnya apabila hal ini diperhatikan akan memberikan dampak positif bagi penyedia jasa.
7. Pengusaha juga harus memperhatikan faktor lokasi tempat usaha itu didirikan. Lokasi yang mudah dijangkau, nyaman, tersedianya lahan parkir yang luas dapat mempengaruhi minat beli konsumen.
8. Kelengkapan produk, harga, lokasi, kualitas pelayanan menjadi faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di Bana Swalayan.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen yang merupakan media untuk melihat apakah dipengaruhi oleh faktor kelengkapan produk, harga, lokasi, dan juga kualitas pelayanan di Bana Swalayan. Penelitian ini dilakukan terbatas pada konsumen Bana Swalayan yang melakukan transaksi pembelian.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen di Bana Swalayan?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Bana Swalayan?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen di Bana Swalayan?

4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Bana Swalayan?
5. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Bana Swalayan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen di Bana Swalayan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Bana Swalayan.
3. Untuk Mengetahui bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen di Bana Swalayan.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Bana Swalayan.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kelengkapan produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Bana Swalayan.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan mengenai teori yang dipelajari serta fakta yang terjadi terdapat di lapangan dan didukung oleh hasil penelitian berupa kuesioner dan angket.

2. Bagi Swalayan

Penelitian ini diharapkan berguna bagi kegiatan pemasaran khususnya pada Bana Swalayan di Ujung Gading , dengan mengetahui kelengkapan produk, harga untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya mengembalikan tingkat kepercayaan pelanggan dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga Bana Swalayan mampu meningkatkan volume penjualannya secara terus menerus.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi perpustakaan khususnya dibidang pemasaran.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, masukan dan perbandingan bagi peneliti atau pihak lain yang melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.