

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis dan teknologi yang begitu pesat, menimbulkan dampak yang begitu besar dalam mempengaruhi gaya hidup berpikir dikalangan masyarakat. Dalam era globalisasi ini, banyak perusahaan tak terkecuali perusahaan bisnis dagang yang bersaing dalam pasar pun berjumlah sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan bebas memilih sesuai yang konsumen inginkan, maka dari itu tentunya setiap perusahaan akan berlomba lomba mempertahankan keberadaannya yang akhirnya menimbulkan persaingan yang ketat di antara perusahaan bisnis dagang.

Apabila perusahaan ingin memenangkan persaingan, maka perusahaan tersebut harus mampu menentukan strategi yang tepat. Hal yang harus dilakukan perusahaan tersebut adalah menggali ide-ide baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dengan inovasi yang terus-menerus perusahaan juga berupaya untuk menarik calon konsumen menjadi konsumen potensial dan pada akhirnya dapat menjadi pelanggan, karena kesuksesan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh konsumennya. Apabila konsumen merasa puas terhadap produk yang kita tawarkan, maka ia akan melakukan pembelian ulang, bahkan akan mereferensikan kepada orang lain untuk membeli produk kita.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Menurut **Tjiptono, Fandy (2015:21)**,

menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah dari segi bauran pemasaran yaitu harga, lokasi, produk, promosi, sumber daya manusia, proses dan bukti fisik perusahaan. Pada penelitian ini hanya diteliti tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor lokasi, kelengkapan produk serta harga karena ketiga faktor ini lah yang menjadi perbandingan kuat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Implementasi dari keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu distro adalah tingkat penjualan, apabila banyak konsumen yang melakukan tindakan pembelian di Distro Wolf Prince maka dampaknya adalah tingkat penjualan dan laba yang dihasilkan juga meningkat begitu juga sebaliknya. Berikut ini adalah data penjualan dan laba yang dihasilkan oleh Distro Wolf Prince 6 bulan terakhir:

Tabel 1.1
Data Penjualan Distro Wolf Prince April - September 2019

Bulan	Penjualan	Harga Pokok	Laba
April	3.515.000	1.665.000	1.850.000
Mei	3.895.000	1.845.000	2.050.000
Juni	3.610.000	1.710.000	1.900.000
Juli	4.465.000	2.115.000	2.350.000
Agustus	4.085.000	1.935.000	2.150.000
September	3.990.000	1.890.000	2.100.000

Sumber : Owner Distro Wolf Prince

Dari tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa penjualan yang dilakukan selama 6 bulan terakhir mengalami fluktuasi. Di bulan April ke Mei terjadi kenaikan penjualan dan laba sebesar 10,8%. Kemudian bulan berikutnya terjadi penurunan penjualan dan laba sebesar 7,3%. Lalu di bulan Juni ke Juli terjadi kenaikan penjualan sebesar 19,1% dan bulan berikutnya mengalami penurunan. Keadaan penjualan 6 bulan terakhir dinilai tidak stabil dan untuk Distro Wolf Price harus mengevaluasi keadaan bulan kedepannya dalam meningkatkan penjualan sehingga tidak terjadi fluktuasi setiap bulannya.

Faktor pertama yang perlu diperhatikan dalam menarik keputusan pembelian konsumen yakni berhubungan dengan faktor lokasi. Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Menurut **Tjiptono, Fandy (2015:159)**, pemilihan lokasi dapat dianggap sebagai suatu keputusan investasi yang memiliki tujuan strategis, misalnya untuk mempermudah akses kepada pelanggan. Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibanding toko lainnya yang beralokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau. Lokasi ini akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Distro Wolf Prince ini terletak di Jl. Insinyur H. Juanda, Flamboyan Baru, Padang Barat, Kota Padang yang lokasinya cukup strategis karena dekat keramaian dan lalu lintas yang lancar serta kemudahan akses menuju lokasi. Dimana lokasi tersebut dekat dengan sekolah dan kampus-kampus, sehingga sangat mudah dikunjungi oleh pelanggan. Namun, lokasi parkir yang disediakan

Distro Wolf Prince tergolong sempit karena hanya berukuran 4x2 meter, apabila terdapat 2 mobil yang terparkir maka tempat parkirnya sudah langsung penuh.

Selain lokasi, faktor lain yang juga dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih tempat berbelanja adalah kelengkapan produk yang ditawarkan, kelengkapan disini menyangkut banyak jenis produk yang ditawarkan, ragam variasi ukuran, ragam merk dan ketersediaan produk setiap harinya. Dalam sudut pandang konsumen, produk merupakan kumpulan dari berbagai atribut yang dapat memberikan manfaat kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian. Menurut **Hardiana (2015:71)**, menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk dibeli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu.

Adanya kelengkapan produk dalam sebuah toko tentunya akan menarik minat pelanggan dan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja. Menurut **Kotler, Philip (2012:325)**, menyatakan bahwa kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Produk dibeli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu, karakteristik tidak hanya meliputi aspek fisik (*tangible features*), tetapi juga aspek non fisik (*intangible features*) seperti citra dan jasa yang tidak dapat dilihat. Distro Wolf Prince termasuk salah satu distro yang terbilang cukup

lengkap karena disini menjual produk baju, celana, sepatu dan lain-lain. Namun distro wolf prince belum bisa memenuhi variasi model dan keragaman produk lainnya dalam melangkapi kelengkapan produk.

Selain faktor lokasi dan kelengkapan produk yang mendasari konsumen untuk memilih tempat berbelanja dan keputusan pembelian, yang paling menjadi pertimbangan adalah harga. Apabila harga yang ditawarkan oleh suatu distro murah dan sesuai dengan pasaran maka konsumen akan tertarik untuk berbelanja di distro tersebut. Menurut **Kotler & Amstrong (2012:314)**, menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.

Harga juga merupakan satu dari elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Menurut **Tjiptono, Fandy (2015:289)**, menyatakan bahwa penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan daripada meyakinkan pembeli bahwa produknya yang bernilai lebih layak dihargai tinggi. Kesalahan umum lainnya termasuk penetapan harga yang terlalu berorientasi pada biaya daripada berorientasi pada

nilai bagi pelanggan, dan penetapan harga tidak memasukkan bagian lain dalam bauran pemasaran kedalam perhitungannya.

Penelitian yang oleh **(Senggetang et al., 2019)**, menemukan hasil bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. Sedangkan penelitian **(Latief, 2018)**, menemukan hasil bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Warung Wedang Jahe.

Penelitian yang oleh **(Herlina, 2018)**, menemukan hasil bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomart Bandung. Penelitian **(Lianardi & Chandra, 2019)**, menemukan hasil bahwa kelengkapan produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Swalayan JUNI Pekanbaru.

Penelitian yang oleh **(Sari & Nuvriasari, 2018)**, menemukan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger. Penelitian **(Ismayana & Hayati, 2018)**, menemukan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik Pixy.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti hal tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan mengambil judul yaitu **“Pengaruh Faktor Lokasi, Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Wolf Prince”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti akan mencoba mengidentifikasi masalah yang akan dibahas atau diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Terjadi penurunan tingkat penjualan yang teridentifikasi berdasarkan data penjualan dari bulan April hingga September 2019
2. Faktor penentuan lokasi yang masih kurang strategis.
3. Terdapat lokasi parkir yang sempit sehingga sulit bagi pengunjung meletakkan kendaraannya.
4. Kelengkapan produk belum bisa memenuhi kebutuhan konsumen.
5. Variasi model dan keragaman produk masih dinilai kurang lengkap untuk ditawarkan kepada konsumen.
6. Harga yang kurang terjangkau untuk segmen yang dituju.
7. Harga yang relative kurang bersaing dari pada harga pasaran.

1.3 Batasan Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas maka penulis memfokuskan masalah yang akan diteliti yaitu pengaruh faktor lokasi, kelengkapan produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Distro Wolf Prince.

1.4 Rumusan Masalah

Maka dari identifikasi dan batasan masalah diatas, rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Distro Wolf Prince?

2. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Distro Wolf Prince?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Distro Wolf Prince?
4. Bagaimana pengaruh lokasi, kelengkapan produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Distro Wolf Prince?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.5.1 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh penulis, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Distro Wolf Prince.
2. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Distro Wolf Prince.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Distro Wolf Prince.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, kelengkapan produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Distro Wolf Prince.

1.5.2 Manfaat Penulisan

Dari penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan mampu memberi manfaat dan kegunaan bagi perusahaan, akademik dan peneliti selanjutnya, antara lain :

1. Bagi Distro Wolf Prince

Untuk dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan kepada Distro Wolf Prince berkaitan dengan faktor lokasi, kelengkapan produk dan harga yang di terapkan dan ditingkatkan agar dapat meningkatkan pembelian pada Distro Wolf Prince.

2. Bagi Akademik

Diharapkan peneliti mampu ini mampu memberikan pertimbangan dalam mengaji pengaruh faktor lokasi, kelengkapan produk dan harga terhadap keputusan pembelian serta memperkaya penemuan dalam studi manajemen.

3. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk menambah pengetahuan yang ada, khusus dalam bidang faktor lokasi, kelengkapan produk dan harga terhadap keputusan pembelian.