

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis di era globalisasi ini semakin tinggi dan semakin ketat, setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk bisa mendapatkan pangsa pasar yang setiap harinya akan selalu meningkat. Pembelian konsumen merupakan suatu hal yang unik, karena setiap orang memiliki selera suatu produk yang berbeda-beda.

Dalam dunia usaha, persaingan akan membuat perusahaan-perusahaan terdorong untuk berlomba agar bisa menjadi pemimpin pasar, salah satunya persaingan yang terjadi pada bisnis ritel. Pada beberapa tahun ini, usaha bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan berbagai macam bentuk dan jenisnya. Seiring dengan pesatnya perkembangan usaha ritel ini, maka persaingan di bidang pemasaran ritel atau eceran pun semakin bertumbuh.

Namun sayangnya bukan hal mudah untuk bisa mempertahankan dan memenangkan konsumen di pasar. Menurut Wakil Ketua Umum Kadin DKI Jakarta, Sarman Simanjourang, menuturkan ada 4 faktor yang menyebabkan tutupnya toko ritel di Jakarta. Salah satu nya, banyaknya barang-barang atau produk asing yang sejenis, baik secara legal maupun

ilegal, harga yang lebih murah menjadi pilihan bagi konsumen¹. *Matahari Departement Store* dan *7Eleven* merupakan contoh bisnis ritel yang gagal bersaing. Namun, berbeda dengan *Matahari Departement Store* dan *7Eleven* yang harus gulung tikar, *Lawson* masih tetap bertahan hingga saat ini. Maka dari itu, untuk mempertahankan eksistensi mereka di bisnis ritel, harus lebih memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga produk yang relatif mahal. Harga merupakan salah satu pengaruh keberhasilan suatu perusahaan dalam penjualan produk. Dengan harga yang terlampaui tinggi, dapat menyebabkan keputusan pembelian yang rendah, seperti yang terjadi di *Lawson Jalan Pramuka Jakarta*.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, dan didukung oleh data *survey* digital peneliti menggunakan *google drive* diperoleh informasi bahwa harga yang ditawarkan *Lawson Jalan Pramuka Jakarta* terlampaui tinggi dan menunjukkan harga makanan dan minuman yang ada di *Lawson Jalan Pramuka Jakarta* tidak sesuai dengan uang saku yang dimiliki mahasiswa, sehingga menyebabkan keputusan pembelian yang sangat rendah.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu lingkungan fisik (*Servicescape*). Bagi konsumen, lingkungan fisik yang

¹ Wahyu Daniel, *Tutupnya 2 Gerai Matahari dan Lesunya Sektor Ritel Ada Apa?* (<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3647495/tutupnya-2-gerai-matahari-dan-lesunya-sektor-ritel-ada-apa>) (diakses pada tanggal 23 September 2017)

baik dapat menimbulkan rasa nyaman. Namun sayangnya, lingkungan fisik yang kurang baik menyebabkan keputusan pembelian yang rendah.

Adanya lingkungan fisik yang kurang baik di *Lawson* Jalan Pramuka Jakarta disebabkan oleh beberapa hal, yaitu banyak meja dan kursi yang rusak untuk para konsumen, sehingga membuat membuat konsumen tidak nyaman dan ruangan yang terlalu bising sehingga membuat konsumen kurang nyaman yang pada akhirnya menyebabkan rendahnya keputusan pembelian.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk yaitu karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Perusahaan harus memberikan kualitas produk mereka yang terbaik kepada pelanggan. Karena setiap pelanggan akan lebih memilih kualitas yang baik dibandingkan yang rendah. Namun tidak semua perusahaan dapat memberikan kualitas produk terbaik mereka seperti yang terjadi di *Lawson* Jalan Pramuka Jakarta.

Produk yang ditawarkan oleh *Lawson* Jalan Pramuka Jakarta tidak semuanya baik. Hal ini disebabkan oleh adanya produk-produk kadaluarsa yang masih terpajang di *display Lawson* Jalan Pramuka Jakarta, sehingga menyebabkan cukup rendahnya keputusan pembelian pada toko ritel tersebut.

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah suasana toko. Identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan kepada

konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas suasana tokonya. Suasana toko merupakan unsur lain dalam gudang persenjataan toko. Dengan menunjukkan sebuah toko yang memiliki suasana yang baik dan elegan, maka toko tersebut dapat memberikan kesan sosial yang baik di mata konsumen, dan jika kesan positif tersebut berlangsung lama, maka toko tersebut akan menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk melakukan pembelian di toko tersebut. Namun tidak semua perusahaan dapat memberikan suasana toko terbaik mereka seperti yang terjadi di *Lawson Jalan Pramuka Jakarta*.

Suasana yang ada di *Lawson Jalan Pramuka Jakarta* tidak nyaman, hal ini disebabkan oleh kurangnya pencahayaan dalam ruangan, suasana musik yang kurang menyenangkan, dan juga dekorasi toko yang kurang menarik di *Lawson Jalan Pramuka Jakarta*, sehingga menyebabkan cukup rendahnya keputusan pembelian pada toko ritel tersebut.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang rendahnya keputusan pembelian di *Lawson Jalan Pramuka Jakarta* pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian di *Lawson Jalan Pramuka Jakarta*, yaitu sebagai berikut:

1. Harga yang relatif mahal
2. Lingkungan fisik (*Servicescape*) yang kurang baik.
3. Kualitas produk yang tidak baik
4. Suasana toko yang kurang nyaman

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah keputusan pembelian merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara lingkungan fisik (*Servicescape*) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Lawson* Jalan Pramuka Jakarta pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara lingkungan fisik (*Servicescape*) dengan keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan. Selain itu, penelitian ini akan menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan antara *servicescape* dan kualitas produk dengan keputusan pembelian.

2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya mengenai hubungan antara *servicescape* dan kualitas produk dengan keputusan pembelian.

3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan *servicescape* dan kualitas produk yang lebih baik. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor yang dapat mendorong keputusan pembelian.

4. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah wawasan tentang pentingnya *servicescape* dan kualitas produk dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian.