

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, banyak sekali pasar swalayan hadir ditengah-tengah kita. Contohnya *Giant, Hypermart, Tip-top, Superindo, Naga, Transmart, Carrefour*, dan sebagainya. Hal ini menyebabkan persaingan usaha di sektor ini semakin meningkat tajam. Setiap pasar swalayan berlomba-lomba mencari cara dalam memenuhi kebutuhan dan menarik perhatian konsumen untuk membeli produknya. Apabila perusahaan tidak menyediakan apa yang diinginkan oleh konsumen, akibatnya produk yang ditawarkan tidak laku terjual. Tetapi sayangnya, bukan hal yang mudah untuk menciptakan keputusan pembelian. Perusahaan juga harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga masalah tersebut bukan lagi hal yang sulit dalam menciptakan keputusan pembelian.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk. Harga juga menjadi salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya. Menetapkan harga terlalu tinggi dapat menyebabkan penjualan menurun namun jika harga terlalu rendah

akan mengurangi keuntungan yang didapat oleh perusahaan. Pemberian harga yang tinggi memberikan dampak negatif dalam penjualan, sehingga produk yang ditawarkan tidak laku terjual. Peneliti menemukan perbedaan harga yang relatif tinggi antara Naga Swalayan dengan perusahaan pesaingnya yang ada di daerah sekitar, yaitu *Giant*. Perbedaan sebagian harga yang ditawarkan oleh Giant lebih murah dibandingkan dengan Naga Swalayan, contohnya susu hilo. Giant menjual harga susu tersebut dengan harga Rp. 49.900/ 500gr sedangkan harga susu dengan merek dan berat yang sama di Naga Swalayan yaitu, Rp. 55.000/ 500gr. Hal ini dapat membuat keputusan pembelian di Naga Swalayan menjadi berkurang.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Pada dasarnya kualitas pelayanan ialah keistimewaan yang diberikan perusahaan melalui informasi ataupun karyawan yang bertugas untuk memberikan kemudahan pada konsumen saat berbelanja atau saat konsumen sedang mencari sesuatu yang diperlukan. Oleh karena itu, memberikan fasilitas pelayanan yang baik dan maksimal merupakan hal wajib yang harus diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara pada salah satu pelanggan Naga Swalayan, menyatakan bahwa saat pertama kali konsumen datang untuk membeli kebutuhan bulanan beberapa waktu lalu pramuniaga yang bertugas selalu siap dan cekatan ketika konsumen memerlukan bantuan namun semakin lama ketika dua sampai tiga kali konsumen datang kembali, pramuniaga yang bertugas mulai berkurang dan

tidak siap di tempat untuk memberikan informasi dan kebutuhan yang konsumen butuhkan. Contohnya, ketika salah satu konsumen dalam wawancara ini bertanya kepada salah seorang pramuniaga dimana letak pisau dapur, pramuniaga tersebut menjawab dengan nada kurang sopan dan tidak terlalu menghiraukan pertanyaan konsumen dikarenakan pramuniaga tersebut lebih mementingkan merapikan rak-rak peralatan mandi dibandingkan memberikan kepuasan informasi pada pelanggan. Dalam hal ini kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam menarik hati konsumen untuk berbelanja, sehingga pelayanan yang kurang memuaskan dapat berpengaruh buruk pada keputusan pembelian.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah suasana toko. Ada dua hal yang perlu diperhatikan untuk menciptakan suasana toko yang menyenangkan, yaitu eksterior toko dan interior toko. Pertama eksterior toko, meliputi keseluruhan bangunan fisik yang bisa dilihat dari bentuk bangunan, pintu masuk, tangga, dan sebagainya. Eksterior toko berperan dalam mengkomunikasikan informasi tentang apa yang ada di dalam toko, serta dapat membentuk citra terhadap keseluruhan tampilan toko. Kedua interior toko, meliputi estetika toko, desain ruangan, dan tata letak toko, seperti penempatan barang, kasir, serta perlengkapan lainnya. Suasana toko yang sesuai dengan pilihan bisa mendorong konsumen untuk datang dan berlama-lama di dalam toko, seperti memasang alunan musik, AC ataupun mengatur tata cahaya toko.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, salah satu pelanggan yang sedang berbelanja di Naga Swalayan mengatakan bahwa “Penataan barang disini cukup berantakan dan alat pendingin ruangan yang tidak terlalu berfungsi dengan baik membuat saya kepanasan dan kelelahan, apalagi saya sering membawa anak sambil berbelanja”, tutur konsumen. Dari pernyataan tersebut ketidaknyamanan pelanggan dalam berbelanja dapat membuat konsumen ragu untuk membeli di Naga Swalayan.

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Lokasi merupakan bagian yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha untuk menuju kesuksesan. Dengan pemilihan lokasi yang baik dan akses yang mudah, pembelian produk akan semakin mudah dilakukan oleh konsumen. Disisi lain permasalahan juga sering terjadi pada lokasi toko yang kurang strategis.

Salah seorang konsumen mengungkapkan, lokasi yang ditawarkan oleh Naga Swalayan menyulitkannya melakukan pembelian. Lokasi yang berada di perempatan jalan dan sekitar pabrik membuat konsumen berpikir untuk membeli di tempat yang lebih dekat dari rumah ataupun akses yang lebih mudah. Tempat parkir yang sempit dan tidak teratur juga membuat konsumen kesulitan untuk menempatkan kendaraannya. Sehingga, konsumen ragu untuk membeli di Naga Swalayan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor. Yaitu, harga yang tinggi, pelayanan yang kurang memuaskan, suasana toko yang kurang

menyenangkan, serta lokasi yang kurang strategis. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang keputusan pembelian Naga Swalayan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa rendahnya keputusan pembelian konsumen, disebabkan oleh hal-hal berikut ini:

1. Harga yang tinggi
2. Pelayanan yang kurang memuaskan
3. Suasana toko yang kurang menyenangkan
4. Lokasi yang kurang strategis

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, ternyata masalah keputusan pembelian memiliki penyebab-penyebab yang luas. Berhubung keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi waktu, maka penelitian ini hanya dibatasi pada masalah yang dibahas peneliti yaitu “Hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian di Naga Swalayan pada konsumen RW. 007, Kelurahan Baru, Kecamatan Pasar Rebo di Jakarta Timur”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian di Naga Swalayan pada konsumen RW. 007, Kelurahan Baru, Kecamatan Pasar Rebo di Jakarta Timur?”

E. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk meningkatkan pemahaman peneliti mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian dan memahami pengetahuan bidang pemasaran yang telah dipelajari selama perkuliahan.

b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini sebagai bahan evaluasi bagi mahasiswa, serta referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

c. Bagi Perpustakaan

Untuk menambah koleksi bacaan dan meningkatkan wawasan berpikir.