

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan ekonomi Indonesia di sektor ritel semakin meningkat. Hal ini terjadi karena pengusaha, baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang terus menerus melakukan kegiatan dalam mengembangkan usahanya di Indonesia. Bisnis ritel modern dalam bentuk toko serba ada, seperti hypermarket, supermarket, dan minimarket telah menjadi pilihan utama sebagai tempat berbelanja bagi konsumen di Indonesia. Tingkat persaingan yang semakin tinggi mengakibatkan konsumen pun memiliki selera yang tinggi dalam memuaskan keinginan mereka saat berbelanja. Apabila suatu perusahaan ingin tetap eksis dalam dunia perdagangan, perusahaan harus mampu mengintai peluang pasar yang ada. Perusahaan harus mengidentifikasi apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan dan trend yang sedang digandrungi pada masa ini. Strategi- strategi pemasaran seperti peningkatan pelayanan, mutu produk, kesesuaian harga, suasana toko, promosi dan lain-lain harus diterapkan secara optimal agar konsumen tertarik untuk melakukan proses keputusan pembelian. Aktivitas pemasaran yang dilakukan diharapkan mampu mengarahkan suatu perusahaan agar mencapai tujuannya, yaitu peningkatan laba yang mana didukung oleh tingkat pembelian konsumen dalam jangka waktu yang diharapkan. Strategi yang tepat tentunya akan memberikan peranan penting dalam

keberlangsungan suatu perusahaan. Apabila konsumen merasa puas dengan apa yang telah disediakan perusahaan, maka akan mempengaruhi peningkatan pembelian di masa yang akan datang.

Berdasarkan pengamatan peneliti, MM ACING JAYA Pangkalpinang adalah salah satu usaha ritel yang berusaha menciptakan keunggulan yang mampu menandingi para pesaingnya untuk mengatasi persaingan usaha yang ada. Usaha ritel ini menawarkan berbagai macam produk mulai dari minuman, makanan, kebutuhan rumah tangga, kebutuhan pribadi dan lain-lain. MM ACING JAYA Pangkalpinang yang berdiri pada 13 Oktober 2014 dan beralamatkan di Jalan R.E. Marthadinata ini merancang usaha ritel yang sesuai dengan kebutuhan para konsumennya.

MM ACING JAYA Pangkalpinang dalam mempertahankan eksistensinya ditengah maraknya usaha bisnis ritel di Pangkalpinang harus mampu melihat kondisi pasar dan menentukan strategi yang tepat untuk menghadapi para pesaingnya. Faktor-faktor penting seperti kesesuaian harga , promosi yang menarik dan suasana toko yang nyaman menjadi perhatian yang serius bagi MM ACING JAYA Pangkalpinang.

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang di pertukarkan konsumen untuk manfaat yang di miliki dengan menggunakan produk atau menggunakan jasa (Kotler, 20012:439). Harga merupakan strategi yang penting dalam keberlangsungan usaha ritel, karna harga merupakan komponen yang penting bagi konsumen. Penetapan harga akan

mempengaruhi konsumen dalam hal melakukan keputusan pembeliannya. Penetapan harga juga harus sesuai dengan daya beli konsumen yang berada dalam target pasar, karna konsumen selalu membanding-bandingkan setiap harga yang diberikan oleh para pesaing. Penetapan harga juga tidak lepas dari biaya produksi dan biaya lainnya, maka sangat pentinglah bagi pengusaha ritel untuk menetapkan harga yang sesuai bagi market pasarnya. Berikut adalah beberapa harga produk yang ada di MM ACING JAYA Pangkalpinang:

**Tabel. I. 1 Harga Produk MM ACING JAYA Pangkalpinang**

Klasifikasi	Nama Produk	Harga
Deterjen	Rinso 900 gr	Rp 18.500
	Attack Jazz 900 gr	Rp 13.400
	Daia Pemutih 900 gr	Rp 15.300
	Boom 430 gr	Rp 4.700
	So Klin Softergent 900 gr	Rp 13.400
Sampo	Rejoice 170 ml	Rp 18.600
	Emeron 170 ml	Rp 10.000
	Lifebuoy 170 ml	Rp 15.900
	Clear Men 170 ml	Rp 23.000
	H&S 170 ml	Rp 21.300
Sabun Batang	Lifebuoy 110 gr	Rp 4.000
	Shinzui 90 gr	Rp 3.800
	Giv 80 gr	Rp 2.000
	Lux 85 gr	Rp 3.300
	Cusson 75 gr	Rp 3.000
Minyak Makan	Filma 1 lt	Rp 14.800
	Bimoli 1 lt	Rp 17.300
	Sania 1 lt	Rp 14.700
	Fortune 1lt	Rp 11.900
Mie	Sukses	Rp 2.800
	Sedap goreng	Rp 2.400
	Supermie	Rp 1.600
	Indomie Soto	Rp 2.100
Beras	Gareng 5kg	Rp 56.500
	Bunga 5kg	Rp 50.000
	TR 5kg	Rp 55.500
	Maknyus 5kg	Rp 70.500
	118 5kg	Rp 55.000

Matahari 5kg

Rp 49.500

Sumber : MM ACING JAYA Pangkalpinang, 3 Juli 2017

Berdasarkan tabel di atas ,data menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh MM ACING JAYA Pangkalpinang bervariasi di tiap produknya. Harga yang tertera di MM ACING JAYA dapat dilihat cukup terjangkau untuk konsumen. Contohnya pada produk deterjen yang dapat di beli dengan harga kurang dari Rp 20.000 setiap produknya untuk kemasan 430 gr dan 900 gr. Harga yang terjangkau ditambah dengan kualitas yang baik akan merangsang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Perbedaan selisih harga yang tipis sekalipun akan menentukan keputusan pembelian oleh konsumen. Maka dari itu MM ACING JAYA berusaha memberikan harga mampu bersaing dengan para pengusaha ritel lainnya. Strategi penetapan harga mampu menjadi strategi yang baik untuk menarik perhatian konsumen, dimana konsumen selalu mencari produk yang murah dengan kualitas yang baik untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Dibawah ini adalah daftar harga produk dari toko kelontong di sekitaran MM ACING JAYA Pangkalpinang yang menjadi pembanding dan pembuktian bahwa harga produk di MM ACING JAYA Pangkalpinang lebih murah dari toko kelontong di sekitarnya :

**Tabel. I. 2 Harga Produk di Toko Kelontong Sekitaran MM ACING JAYA Pangkalpinang**

Klasifikasi	Nama Produk	Harga
Deterjen	Rinso 900 gr	Rp 20.000
	Attack Jazz 900 gr	Rp 15.000
	Daia Pemutih 900 gr	Rp 16.000
	Boom 430 gr	Rp 5.000
	So Klin Softergent 900 gr	Rp 15.000
	Rejoice 170 ml	Rp 19.000

Sampo	Emeron 170 ml	Rp 12.000
	Lifebuoy 170 ml	Rp 17.000
Sabun Batang	Lifebuoy 110 gr	Rp 4.500
	Giv 80 gr	Rp 4.000
	Lux 85 gr	Rp 3.500
Minyak Makan	Bimoli 1 lt	Rp 18.000
	Sania 1 lt	Rp 15.000
	Fortune 1lt	Rp 13.000
Mie	Sukses	Rp 3.000
	Sedap goreng	Rp 2.500
	Supermie	Rp 2.000
	Indomie Soto	Rp 2.500
Beras	Gareng 5kg	Rp 57.000
	Maknyus 5kg	Rp 72.000
	TR 5kg	Rp 56.000

Sumber : Toko Bahagia, 19 Agustus 2017

Berdasarkan tabel di atas membuktikan bahwa harga di MM ACING JAYA Pangkalpinang lebih murah daripada harga produk di toko kelontong di sekitarnya. Harga yang lebih murah inilah yang menjadi alasan mengapa konsumen lebih tertarik berbelanja di MM ACING JAYA Pangkalpinang.

Promosi pada hakikatnya adalah semua kegiatan yang di maksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada konsumen untuk memberikan informasi tentang harga , kegunaan, diskon dan keistimewaan suatu produk. Strategi promosi akan efektif apabila sesuai dengan tujuan perusahaan dan rencana pemasaran untuk mendorong minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Jadi bagi para pebisnis ritel promosi merupakan suatu strategi yang dipakai agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Berikut adalah gambar yang menunjukkan adanya promosi yang dilakukan oleh pihak MM ACING JAYA baik dalam bentuk spanduk maupun media lainnya:

**Gambar. I. 1 Promosi yang Dilakukan MM ACING JAYA Pangkalpinang**

a. Promosi melalui media papan penunjuk



b. Promosi melalui spanduk



Sumber : MM ACING JAYA Pangkalpinang, 2017

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa MM ACING JAYA Pangkalpinang sudah melakukan promosi guna menarik minat konsumen untuk berbelanja di MM ACING JAYA Pangkalpinang. Promosi dilakukan dengan bermacam-macam cara mulai dari media spanduk, media cetak maupun tanda penunjuk yang menyatakan bahwa suatu barang dikenakan promo. Namun, media promosi yang digunakan kurang menarik, dikarenakan ukuran media promosi terlalu kecil dan masih terlihat banyak coretan pada spanduk. Sebagai pembandingan yang dilakukan peneliti terhadap toko kelontong di sekitaran MM ACING JAYA Pangkalpinang, yaitu Toko Bahagia, pihak Toko Bahagia tidak melakukan promosi apapun untuk menarik konsumen berbelanja di Toko Bahagia, padahal promosi adalah salah satu faktor penting penentu keputusan pembelian oleh konsumen. Promosi yang baik harus didukung dengan media yang baik agar konsumen tertarik untuk berbelanja.

*Store atmosphere* merupakan strategi yang tidak kalah pentingnya bagi pebisnis ritel. Peran *Store atmosphere* sendiri adalah menciptakan suasana yang nyaman, serta menimbulkan kesan yang baik sehingga dapat mempengaruhi psikologis konsumen untuk berbelanja. *Store atmosphere* merupakan salah satu cara pemasaran yg efektif dalam menarik minat konsumen serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara pribadi dalam mengambil keputusan pembelian. Berikut adalah beberapa gambar yang menunjukkan *store atmosphere* di MM ACING JAYA Pangkalpinang :

**Gambar. I. 2 Suasana MM ACING JAYA Pangkalpinang**

a. Suasana *interior* MM ACING JAYA Pangkalpinang



b. Suasana *ekterior* MM ACING JAYA Pangkalpinang



Sumber : MM ACING JAYA Pangkalpinang, 2017

Berdasarkan gambar di atas , menunjukkan suasana bagian dalam dan luar MM ACING JAYA Pangkalpinang. Terlihat pada gambar , suasana *interior* di MM ACING JAYA Pangkalpinang masih kurang menarik. Perancangan ruangan terlihat sempit sehingga ketika keadaan mini market sedang ramai

konsumen harus berdesak-desakan melewati lorong-lorong di MM ACING JAYA Pangkalpinang. Masih terlihat barang-barang diletakkan tidak pada tempatnya dan mengganggu pemandangan di ruangan MM ACING JAYA Pangkalpinang. Padahal suasana *interior* yang baik seperti kebersihan ruangan yang terjaga, tata letak produk yang baik, perancangan ruangan yang nyaman bagi konsumen, papan penunjuk barang yang jelas akan merangsang konsumen untuk berbelanja di MM ACING JAYA Pangkalpinang. Untuk suasana *eksteriornya*, lahan parkir yang disediakan MM ACING JAYA terlihat sempit dan tidak mampu menampung kapasitas kendaraan konsumen yang banyak berbelanja. *Store Atmosphere* yang baik tentunya akan merangsang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Melihat permasalahan yang terjadi, berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen di MM ACING JAYA Pangkalpinang JL. R.E. Marthadinata Pangkalpinang, dilakukan pra survei kepada 10 konsumen sebagai responden dengan membagikan kuesioner. Hasil data kuesioner tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel. I. 3 Hasil Pra Survei**

No	Jenis Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga jual di MM ACING JAYA Pangkalpinang yang terjangkau	3 (30%)		2 (20%)	5 (50%)	
2	Promosi yang dilakukan di MM ACING JAYA Pangkalpinang tersampaikan kepada konsumen dengan baik	4 (40%)		3 (30%)	3 (30%)	
3	Kenyamanan konsumen dalam berbelanja terjamin	5 (50%)			5 (50%)	
4	Ruangan MM ACING JAYA Pangkalpinang rapi dan bersih	4 (40%)		1 (10%)	4 (40%)	

5	Parkir yang disediakan MM ACING JAYA Pangkalpinang cukup luas	3 (30%)	3 (30%)	6 (60%)
---	---	------------	------------	------------

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 30% responden menjawab setuju , 20% ragu-ragu dan 50% tidak setuju dengan pernyataan bahwa harga jual di MM ACING JAYA Pangkalpinang terjangkau. Untuk pertanyaan mengenai promosi, 40% responden menjawab setuju, 30% menjawab ragu-ragu dan 30% menjawab tidak setuju. Mengenai kenyamanan konsumen dalam berbelanja 50% responden setuju dan sisanya menjawab tidak setuju. Jawaban responden mengenai ruangan MM ACING JAYA Pangkalpinang yaitu 40% menjawab setuju, 10% ragu-ragu dan sisanya menjawab tidak setuju. Pertanyaan yang terakhir adalah mengenai lahan parkir yang disediakan oleh MM ACING JAYA Pangkalpinang, 30% menjawab setuju , 30% menjawab ragu-ragu dan 60% menjawab tidak setuju dengan lahan parkir yang disediakan cukup luas.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian bagaimana pengaruh Harga, Promosi dan *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada MM ACING JAYA Pangkalpinang dengan judul:

**“PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MM ACING JAYA PANGKALPINANG”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di jelaskan diatas, maka yang menjadi perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran harga, promosi, *store atmosphere*, dan keputusan pembelian di MM ACING JAYA Pangkalpinang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada MM ACING JAYA Pangkalpinang?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada MM ACING JAYA Pangkalpinang?
4. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada MM ACING JAYA Pangkalpinang?
5. Apakah harga, promosi dan *store atmosphere* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di MM ACING JAYA Pangkalpinang?

### **1.3 Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mencegah pembahasan yang terlalu luas agar penelitian ini dapat tercapai dan manfaat penelitian ini mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan penulis.

1. Penelitian dilakukan di MM ACING JAYA Pangkalpinang
2. Responden diambil dari konsumen yang ada di MM ACING JAYA Pangkalpinang
3. Masalah yang diteliti hanya dibatasi pada pengaruh harga, promosi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang sudah di paparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Mengetahui dan menganalisis bagaimana gambaran harga, promosi, *store atmosphere*, dan keputusan pembelian di MM ACING JAYA Pangkalpinang
2. Mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada MM ACING JAYA Pangkalpinang
3. Mengetahui dan menganalisis apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada MM ACING JAYA Pangkalpinang
4. Mengetahui dan menganalisis apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada MM ACING JAYA Pangkalpinang
5. Mengetahui dan menganalisis apakah harga, promosi dan *store atmosphere* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di MM ACING JAYA Pangkalpinang

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Menambah pengetahuan tentang harga , promosi dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada MM ACING JAYA Pangkalpinang.
  - b. Memberikan sumbangan pemikiran yang nantinya dapat digunakan untuk membantu bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.

- c. Memenuhi salah satu tugas dalam menyelesaikan dan mencapai gelar sarjana bagi penulis.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian mengenai harga , promosi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada MM ACING JAYA Pangkalpinang diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengembangkan bisnis ritel yang ada di Pangkalpinang.

## 3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian mengenai harga , promosi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada MM ACING JAYA Pangkalpinang diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat kepada pemerintah dalam mengambil kebijakan yang terkait dengan penelitian ini.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan dari penelitian ini terdiri dari 5 Bab yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Menguraikan tentang deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir beserta hubungannya dan hipotesis penelitian

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional dan pengukuran variable, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian analisis dan integrasi data serta pembahasan hasil.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian yang diperoleh dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**