



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, keberadaan bisnis ditengah-tengah masyarakat menjadi semakin dibutuhkan dan masyarakat semakin pintar dalam melakukan kegiatan belanja dan memilih tempat untuk berbelanja. Perubahan gaya hidup masyarakat dalam berbelanja yang semakin selektif serta cara pandang konsumen yang berubah terhadap bisnis itu sendiri menimbulkan persaingan diantara perusahaan tersebut untuk memenangkan persaingan yang tercipta. Setiap perusahaan akan melakukan berbagai strategi untuk memenangkan pasar.

Agar suatu perusahaan dapat terus memenangkan persaingan, perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor, salah satu diantaranya adalah faktor persepsi konsumen yang memengaruhi perilaku konsumen untuk mengambil keputusan memilih tempat berbelanja. Karena, hal ini tentu akan berpengaruh terhadap perilaku manusia yang cenderung ingin mendapatkan segalanya dengan cepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam kapasitas memuaskan dan keputusan yang dibuat oleh konsumen akan menentukan kesuksesan bisnis ritel.

Menurut **Sopiah, 2008:13** khusus dalam hal pembelian ritel terdapat pola perilaku tertentu pada konsumen, pola perilaku tersebut terbagi ke dalam tujuh kategori yaitu: *Information Contact, Funds Access, Store Contact, Product Contact, Transaction, Consumption, dan Communication*. Dimana masing- masing kategori bisa berubah aturannya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang UIN Suska Riau
Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pemahaman tentang bagaimana konsumen menanggapi tawaran perusahaan, memilih, serta memutuskan produk yang akan dibeli adalah merupakan kunci sukses dalam pencapaian tujuan perusahaan. Untuk memahami konsumen dimulai dengan memahami kebutuhan dan keinginan yang menjadi motivasi. Karena pemahaman motivasi konsumen dapat diperkirakan perilaku yang akan diekspresikan oleh konsumen sehingga pemasar dapat merancang rangsangan yang lebih tepat sehingga dalam melayani konsumen akan lebih baik dibanding pesaingnya. Oleh karena itu memahami perilaku konsumen terutama variabel kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai motivasi adalah syarat mutlak bagi keberhasilan perusahaan.

Menurut Raharjani dalam (Oetomo 2012:6), konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual. Semua hal tersebut dilakukan perusahaan agar terjadi kenaikan dari tingkat pembelian konsumen. Karena, terdapat berbagai macam produk sejenis yang ditawarkan oleh berbagai macam perusahaan. Namun perlu kita ketahui bahwa ketika konsumen melakukan pembelian suatu produk selalu ada faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam memutuskan pembelian. Salah satunya yaitu faktor harga, karena tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Sehingga penetapan strategi harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disisi lain, masyarakat sebagai pasar sasaran pebisnis memiliki banyak hal yang perlu dipertimbangkan dalam berbelanja dalam upaya memenuhi kebutuhan sehari-hari. Apapun namanya, faktor ekonomi menjadi faktor utama yang memiliki dampak berantai. Daya beli konsumen pun bergeser sehingga pengusaha juga harus cerdas memainkan faktor harga. Perilaku konsumen bukanlah sekedar mengenai pembelian barang. Tetapi juga melibatkan pertukaran antara dua pihak atau lebih, dimana masing-masing pihak memberi dan menerima sesuatu yang berharga

Dalam bisnis, mencari dan menentukan lokasi merupakan tugas yang paling penting karena penentuan lokasi yang tepat merupakan kunci kesuksesan suatu bisnis. Dalam menentukan lokasi usaha, faktor yang harus dipertimbangkan, yaitu kestrategisan, apakah daerah tersebut dapat dijadikan pusat bisnis atau bukan. Hal lain yang juga harus dipertimbangkan yaitu arus lalu lintasnya. Arus lalu lintas mempengaruhi penempatan lokasi usaha karena dapat menarik konsumen untuk mengunjungi bisnis tersebut dan bahkan juga memungkinkan konsumen untuk membeli (Utami, 2012:89).

Indah Swalayan Panam merupakan perusahaan yang bergerak dibidang ritel yang menjual berbagai keperluan rumah tangga, barang harian, buah-buahan, dll. Untuk meningkatkan jumlah konsumen indah swalayan sangat memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Adapun tabel perbandingan antara Indah swalayan dengan pesaingnya :

Tabel 1.1 Perbandingan Variasi Produk, Harga Dan Luas Halaman

Parkir Antara Indah Swalayan Dan Pesaing :

Nama Toko	Kelengkapan Produk	Harga	Luas Halaman Parkir
Indah Swalayan	Buah-Buahan Bahan Makanan Pokok : <ul style="list-style-type: none"> • Beras • Minyak Goreng • Tepung • Telur Minuman : <ul style="list-style-type: none"> • Susu • Minuman Bersoda • Suplemen • Air Mineral Roti Kering Dan Basah : <ul style="list-style-type: none"> • Biskuit • Wafer • Roti Kering • Roti Basah Snack : <ul style="list-style-type: none"> • Snack Pabrikan • Snack Curah Perawatan Tubuh : <ul style="list-style-type: none"> • Sabun Mandi • Shampo • Pasta Gigi • Hand Body • Bahan Dan Peralatan Cuci : • Deterjen • Pelembut Dan Pewangi Pakaian • Sabun Cuci Piring 	Minyak Goreng : <ul style="list-style-type: none"> • Fortune 2l Rp. 21.700 • Bimoli 2l Rp. 26.100 • Tropical 2l Rp. 24.500 Deterjen : <ul style="list-style-type: none"> • Attack Easy 700 gr Rp 14.200 • Daia 900 gr Rp 14.300 • Rinso Bubuk 800 gr Rp 16.700 Susu Formula : <ul style="list-style-type: none"> • SGM eksplor 1+ batita vanilla 900 gr Rp 85.000 • Chil Kid platinum Vanilla kaleng 800 gr usia 1-3 th Rp. 217.000 • Bebelac 4 bebenutri plus susu pertumbuhan vanilla 800 gr Rp 95.000 	6 M X 15 M

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<ul style="list-style-type: none"> • Pemutih Pakaian Bahan Dan Peralatan Perawatan Rumah : • Pembersih Kamar Mandi • Pembersih Kaca • Pengharum Ruangan 		
Top Swalayan	<p>Bahan Makanan Pokok :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beras • Minyak Goreng • Tepung • Telur <p>Minuman :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Susu • Minuman Bersoda • Suplemen • Air Mineral <p>Roti Kering Dan Basah :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biskuit • Wafer • Roti Kering • Roti Basah <p>Snack :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Snack Pabrik <p>Perawatan Tubuh :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sabun Mandi • Shampo • Pasta Gigi • Hand Body <p>Bahan Dan Peralatan Cuci :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deterjen • Pelembut Dan Pewangi Pakaian • Sabun Cuci Piring • Pemutih Pakaian 	<p>Minyak Goreng :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortune 2L Rp. 21.900 • Bimoli 2L Rp. 26.300 • Tropical 2L Rp. 24.800 <p>Deterjen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attack Easy 700 gr Rp 14.600 • Daia 900 gr Rp 14.700 • Rinso Bubuk 800 gr Rp 17.000 <p>Susu Formula :</p> <ul style="list-style-type: none"> • SGM eksplor 1+ batita vanilla 900 gr Rp 85.300 • Chil Kid platinum Vanilla kaleng 800 gr usia 1-3 th Rp. 218.5000 • Bebelac 4 bebenutri plus susu pertumbuhan vanilla 800 gr Rp 95.800 	10 M x 20 M

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<p>Bahan Dan Peralatan Perawatan Rumah :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pembersih Kamar Mandi • Pembersih Kaca • Pengharum Ruangan 		
<p>D'Seven Swalayan</p>	<p>Bahan Makanan Pokok :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beras • Minyak Goreng • Tepung • Telur <p>Minuman :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Susu • Minuman Bersoda • Suplemen • Air Mineral <p>Roti Kering Dan Basah :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biscuit • Wafer • Roti Kering • Roti Basah <p>Snack :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Snack Pabrikan <p>Perawatan Tubuh :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sabun Mandi • Shampoo • Pasta Gigi • Hand Body <p>Bahan Dan Peralatan Cuci :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deterjen • Pelembut Dan Pewangi Pakaian • Sabun Cuci Piring • Pemutih Pakaian <p>Bahan Dan Peralatan</p>	<p>Minyak Goreng :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortune 2l Rp. 22.100 • Bimoli 2l Rp. 26.700 • Tropical 2l Rp. 24.600 <p>Deterjen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attack Easy 700 gr Rp 14.200 • Daia 900 gr Rp 14.500 • Rinso Bubuk 800 gr Rp 16.900 <p>Susu Formula :</p> <ul style="list-style-type: none"> • SGM eksplor 1+ batita vanilla 900 gr Rp 86.200 • Chil Kid platinum Vanilla kaleng 800 gr usia 1-3 th Rp. 217.900 • Bebelac 4 bebenutri plus susu pertumbuhan vanilla 800 gr Rp 96.8000 	<p>4 M X 12 M</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Perawatan Rumah : <ul style="list-style-type: none"> • Pembersih Kamar Mandi • Pembersih Kaca • Pengharum Ruangan 	
--	--	--

Dilihat dari tabel 1.1 harga yang ditawarkan oleh Indah Swalayan lebih murah dibandingkan para pesaing, dan kelengkapan produk Indah Swalayan hanya unggul sedikit, hal ini karena Indah Swalayan menawarkan buah-buahan dan para pesaing dari Indah Swalayan tidak. Dari luas parkir Indah Swalayan tidak begitu luas dibandingkan oleh Top Swalayan yang halaman parkirnya begitu luas.

Dengan halaman parkir yang tidak begitu luas dan kelengkapan produk yang dijual hampir sama dengan pesaing, Indah Swalayan tetap menjadi pilihan utama konsumen untuk berbelanja. Alasan konsumen memilih berbelanja di Indah Swalayan Panam, di karenakan harga yang ditawarkan Indah Swalayan lebih murah, walaupun Indah Swalayan tidak memiliki halaman parkir yang luas seperti Top Swalayan, tetapi lokasi Indah Swalayan lebih strategis dari para pesaing. Hal ini dapat dilihat dari tabel 1.2 yang menunjukkan konsumen indah Swalayan terus mengalami peningkatan pada tiap tahunnya.

Adapun data konsumen yang berbelanja di Indah Swalayan Panam dari 2013 sampai 2017 sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.2 Tabel Konsumen di Indah Swalayan Panam tahun 2013-2017

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1	2013	76.139
2	2014	76.418
3	2015	79.331
4	2016	79.566
5	2017	81.113
JUMLAH		392.567

Sumber : Indah Swalayan Panam

Dari tabel 1.1, dapat artikan bahwa konsumen yang berbelanja di Indah Swalayan Panam pada tahun 2013 sebanyak 76.139 orang, pada tahun 2014 sebanyak 76.418 orang, dan pada tahun 2015 sebanyak 79.331 orang, selanjutnya tahun 2016 sebanyak 79.556 orang, dan terakhir tahun 2017 sebanyak 81.113 orang.

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, Indah Swalayan hanya unggul dari segi harga tetapi konsumen tetap memilih berbelanja di Indah Swalayan Panam. Hal inilah yang mambuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :“ **PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA INDAH SWALAYAN PANAM PEKANBARU**”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Indah Swalayan Panam Pekanbaru?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Indah Swalayan Panam Pekanbaru?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Indah Swalayan Panam Pekanbaru?
4. Apakah kelengkapan produk, Harga, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen pada Indah Swalayan Panam Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen pada Indah Swalayan Panam Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen pada Indah Swalayan Panam Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen pada Indah Swalayan Panam Pekanbaru.
4. Untuk kelengkapan produk, Harga, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen pada Indah Swalayan Panam Pekanbaru.

1.4 Manfaat penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai tugas akhir serta pembuktian akan implementasi ilmu yang telah dipelajari selama proses studi manajemen S1. Dan juga memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran yang sudah ada.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya, mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi dan petunjuk dalam melakukan penelitian tentang subjek penelitian sejenis atau pun menjadi perbandingan dalam penerapan ilmu manajemen S1.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam hal ini peneliti membagi penulisan penelitian ini kedalam enam bab, yang kemudian terdiri dari sub-sub bab, bab-bab itu antara lain :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan objek penelitian yang akan diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas tentang lokasi penelitian jenis dan sumber data, populasi dan sample dan teknik pengumpulan data.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : GAMBARAN PERUSAHAAN

Menguraikan tentang sejarah singkat berdirinya Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Struktur organisasi, visi dan misi, dan data jumlah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dibahas mengenai deskripsi objek penelitian yang terdiri dari deskripsi variabel dependen dan independen, hasil analisis data, dan interpretasi terhadap hasil berdasarkan alat dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan, keterbatasan serta saran untuk penelitian selanjutnya.