

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dibidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, pasar swalayan dan lain-lainnya. Hal ini menimbulkan persaingan diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Agar suatu perusahaan dapat terus dan memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mengadakan perbaikan dibidang pemasaran.

Perbaikan dan peningkatan kegiatan dibidang pemasaran harus dilaksanakan secara terencana, atau dengan kata lain perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat. Perubahan lingkungan perusahaan terutama faktor persaingan yang mampu menghasilkan produk yang sama, menyebabkan banyak perusahaan berorientasi pada konsumen (*customer oriented*). Perusahaan yang berorientasi pada konsumen hendaknya selalu memikirkan apa yang dibutuhkan konsumen, apa yang diinginkan oleh konsumen dan pelayanan yang bagaimana disenangi oleh konsumen hingga konsumen tidak hanya puas, akan tetapi menjadi loyal dan kembali pada tokonya.

Dewasa ini pasar swalayan semakin banyak dibuka diberbagai tempat dikota besar maupun dikota kecil, termasuk Kota Pekanbaru. Kehadiran pasar swalayan merupakan tuntunan perubahan gaya hidup masyarakat kota. Kondisi semacam ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin

Hak Cipta Diindungi 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.

kritis dalam memilih tempat perbelanjaan. Sifat kritis ini tersebut dicirikan antara lain masyarakat menginginkan barang selengkap mungkin, produk yang berkualitas, pelayanan dan fasilitas yang semuanya terdapat dalam satu toko yaitu pasar swalayan.

Masyarakat saat ini sudah selektif dalam memilih sesuatu, baik itu berupa produk, jasa maupun dalam memilih toko yang akan dikunjunginya. Konsumen akan memilih toko yang menurut mereka lokasinya mudah dijangkau, kemudahan dalam tempat parkir, kelengkapan barang dagangannya, harga yang menarik dan mudah dijangkau, kebersihan toko tersebut dan faktor lain yang memungkinkan konsumen untuk memilih toko dan mengunjunginya secara rutin untuk memenuhi kebutuhannya atau hanya sekedar melihat-lihat

Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi tidaknya pembelian.

Pasar swalayan menyediakan berbagai kebutuhan konsumen dalam jumlah yang cukup besar dengan keuntungan yang kecil pada tiap unitnya seperti yang didefinisikan oleh **Sopiah dan Syahabudhin (2008:235)** Swalayan adalah sebuah tempat yang melayani kebutuhan konsumen sehari hari meliputi makanan dan minuman, juga kebutuhan yang berhubungan dengan pakaian dan keperluan rumah tangga lainnya. Dengan keuntungan yang kecil itu maka diharapkan

Hak Cipta Diindungi 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.



swalayan mampu mencapai volume jual yang tinggi agar keuntungan yang diperoleh dapat maksimal.

Dalam perjalanannya pasar swalayan semakin meningkat baik dalam jumlah maupun pelayanan yang diberikan. Keadaan tersebut menyebabkan adanya persaingan pada bisnis retail. Akibatnya mau tidak mau para pengusaha bisnis retail (pemilik pasar swalayan) tidak mempunyai pilihan lain kecuali memenangkan persaingan. Berkaitan dengan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen maka manajemen pasar swalayan dapat memberikan kepuasan konsumen dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Dari survei yang peneliti lakukan diketahui akhir-akhir ini jumlah konsumen yang datang untuk berbelanja di pasar Swalayan kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru cenderung mengalami penurunan seperti tampak pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 : Data Jumlah Konsumen yang Berbelanja pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru periode 2012 s/d 2016 (orang)

No	Tahun	Konsumen Yang Berbelanja	Persentase Pertumbuhan
1	2012	13.861	-
2	2013	14.980	8,07%
3	2014	16.558	10,53%
4	2015	18.203	9,93%
5	2016	17.827	2,06%

Sumber: Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru tahun 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2012 hingga tahun 2016 jumlah konsumen yang berbelanja mengalami kenaikan dan penurunan, jika dilihat dari persentase pertumbuhan terjadi fluktuasi yaitu pada tahun 2012 jumlah konsumen yang berbelanja di Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru berjumlah 13.861 orang dan pada tahun 2013 jumlah konsumen mengalami

Hak Cipta Diindungi 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.



kenaikan yaitu berjumlah 14.980 orang dengan persentase 8,07% pada tahun 2014 jumlah konsumen juga mengalami kenaikan menjadi 16.558 orang dan pada persentase pertumbuhannya mengalami kenaikan yaitu 10,53%, selanjutnya pada tahun 2015 swalayan mengalami kenaikan jumlah konsumen sebanyak 1.645 orang menjadi 18.203 orang dan dari sisi persentase pertumbuhannya mengalami penurunan walau tidak terlalu signifikan kenaikannya yaitu sebesar 9,93% dan pada tahun 2016 swalayan mengalami penurunan jumlah konsumen sebanyak 17.827 orang dan dari sisi persentase pertumbuhannya juga mengalami penurunan dengan persentase 2,06% Ini menunjukkan bahwa dari sisi jumlah konsumen yang berbelanja di Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya dan terjadi naik turun dari segi persentase pertumbuhannya pada beberapa tahun.

Penulis melakukan wawancara dengan Manager Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru, kutipannya sebagai berikut:

“Lokasi Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru sudah strategis, namun dari segi tempat parkir yang kurang luas dan ini yang menyebabkan persentase pertumbuhan mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun.”

Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa konsumen Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru, dimana mereka mengatakan dengan kutipan sebagai berikut:

“Kurangnya kelengkapan produk yang ditawarkan oleh swalayan, sehingga menyebabkan konsumen memilih berbelanja ditempat lain, swalayan masih kurang update dengan harga produk dan masih kurang memperhatikan masalah

Hak Cipta Diindungi 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.



pelayanan bagi konsumen yang mengunjungi swalayan, seperti kurangnya melayani konsumen sehingga konsumen merasa kurang puas.”

Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru merupakan salah satu swalayan yang berada di Jalan Hangtuh kota Pekanbaru yang sudah berdiri pada tahun 2008, meskipun ditempatkan di tempat yang strategis dan mengalami kenaikan jumlah pengunjung disetiap tahunnya, tetapi dilihat dari segi persentase pertumbuhannya mengalami fluktuasi yang artinya merupakan masalah terhadap swalayan karena tidak stabilnya pertumbuhan pengunjung setiap tahunnya. Di samping itu belum banyak yang melakukan penelitian pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru.

Hal ini disebabkan oleh persaingan dalam bidang perusahaan dagang yang mulai tumbuh dan juga mulai berkembangnya bisnis eceran atau swalayan seperti Indomaret, Alfamart, Jumbo Mart, Mandiri Swalayan dan yang belum lama berdiri yaitu Fresh Mart yang membuat usaha ini memiliki banyak pesaing di daerah Hangtuh. Untuk menghadapi persaingan tersebut maka mau tidak mau pemilik swalayan tidak mempunyai pilihan lain kecuali memenangkan persaingan dengan cara merebut konsumen sebanyak mungkin. Fakta tersebut dapat dimaknai sebagai adanya masalah swalayan dalam strategi pemasaran.

Strategi pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecah atas masalah. Penentuan dua pokok pertimbangan pokok yakni bisnis apa yang dimasuki masa mendatang dan kedua bagaimana bisnis yang dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan persaingan atas dasar perspektif

Hak Cipta Diindungi 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.



produk, harga, tempat dan promosi yang telah dikenal sebagai bauran pemasaran (*marketing mix*) (Achmad Buchory, 2010:2).

Apabila strategi bauran pemasaran ini sukses, maka pengaruh terhadap pelaku pembelian konsumen akan berakhir pada pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan. Selanjutnya jika sudah disadari adanya keinginan dan kebutuhan, maka konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkan. Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan, dari berbagai informasi yang diperoleh konsumen melakukan seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia (Suharno, 2010:96).

Oleh karena itu, untuk dapat menarik konsumen dan bersaing dengan swalayan lain, maka hal yang dilakukan swalayan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen mencapai kepuasan dengan cara memberikan produk yang berkualitas dan selengkap mungkin, pelayanan yang memuaskan dan lokasi yang memadai sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Maka berdasarkan latar belakang dan masalah yang dialami oleh Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru, peneliti tertarik untuk mengangkat kondisi tersebut dalam suatu penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kelengkapan Produk,**

Hak Cipta Diindungi 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.



Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru.”

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai karakteristik antara kelengkapan produk, pelayanan, harga dan lokasi dengan keputusan pembelian konsumen yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru?
5. Apakah kelengkapan produk, pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dala penelitian ini adalah:

Hak Cipta Diindungi 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.

1. Untuk mengetahui kelengkapan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru.
5. Untuk mengetahui kelengkapan produk, pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru

Sebagai bahan masukan dalam mengambil kebijakan dibidang marketing khususnya masalah keputusan pembelian konsumen.

Hak Cipta Diindungi 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 Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan keilmuan mengenai pengetahuan pada bidang manajemen, khususnya mengenai pemasaran. Di samping itu, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu bentuk/wujud nyata dari penerapan tugas dan fungsi perguruan tinggi, khususnya UIN Sultan Syarif Kasim Riau, yakni Tri Dharma Perguruan Tinggi, bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Penulis

Dapat menerapkan ilmu yang diterima di bangku kuliah ke dalam praktik yang sebenarnya, sehingga teori-teori yang diperoleh dapat di terapkan dan dapat membandingkan antar teori dan praktek.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran secara umum dan untuk memudahkan pembahasan skripsi ini, maka penulisan ini dibagi kedalam tiga bab dan setiap bab dibagi ke dalam beberapa sub bab, maka sistematika penulisan yang direncanakan adalah sebagai berikut

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dikemukakan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Hak Cipta Diindungi 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 II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, yang terdiri dari pengertian atau pendapat yang berkenaan dengan kelengkapan produk, pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen serta batasan lain yang dianggap perlu untuk teori pedoman sebagai tahap penganalisaan masalah, hipotesis dan variable penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel serta tehnik pengolahan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis menguraikan sejarah singkat Swalayan Kiosk 999 Hangtuh Pekanbaru

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan penelitian dan saran-saran berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya.