



## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam setiap kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan. Perusahaan harus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan. Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Di satu sisi, era globalisasi memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia dan di sisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang makin ketat baik antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Seperti halnya yang terjadi pada ritel nasional dimana perkembangan jumlah ritel di Indonesia terus bertambah secara pesat seperti toko dan swalayan yang ada di Bangkinang Kota.

Industri ritel didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberikan nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis ritel modern perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Untuk menjaga kelangsungan hidup serta kemajuan dan keunggulan dalam bisnis ritel yang semakin kompetitif, maka pengelola bisnis tersebut harus

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berupaya menerapkan strategi berupa program bauran ritel. Seperti yang dijelaskan **Christina Whidya Utami (2010:86)** Bauran ritel adalah strategi pemasaran yang memacu kepada beberapa variabel, dimana peritel dapat mengkombinasikan variabel-variabel tersebut menjadi jalan alternatif dalam menarik konsumen . Variabel tersebut meliputi faktor-faktor seperti variasi barang dagangan dan jasa yang ditawarkan, harga, iklan, promosi, dan tata ruang, desain toko, lokasi toko, dan pengelolaan barang dagangan.

Malaya Mart Bangkinang perlu menerapkan strategi yang tepat untuk mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian agar terintensitasnya dapat terjaga. Malaya Mart Bangkinang merupakan suatu usaha yang berdiri di Bangkinang kota tepatnya di Jl. KH. Agus salim-A yani. Malaya Mart Bangkinang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, kosmetik, dan pakaian. Lokasi berdirinya Malaya Mart ini memiliki banyak pesaing baik yang baru berdiri maupun yang telah berdiri terlebih dahulu.

Faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Penentuan harga produk maupun jasa yang dilakukan perusahaan sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen, dimana rendah tingginya harga yang diberikan kepada konsumen berpengaruh terhadap laku tidaknya suatu produk diswalayan tersebut. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha dalam memberikan harga kepada konsumen, ialah dengan memberikan harga yang murah dibandingkan dengan pesain lainnya, karena diindonesia harga merupakan masalah yang dianggap sensitive. Harga



di Malaya Mart Bangkinang lebih mahal dibandingkan swalayan lain, akan tetapi konsumen tetap ramai untuk berbelanja.

Faktor pemilihan Pengembangan produk (*Merchandise*) perlu diperhatikan karena pengembangan produk sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan yang tidak mampu menciptakan produk baru akan menghadapi resiko seperti, penurunan volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif. Malaya Mart Bangkinang memiliki produk yang beragam sehingga dapat dijadikan daya tarik bagi konsumen, akan tetapi terlalu banyaknya pilihan produk dapat menimbulkan kebingungan, frustrasi, dan konflik sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Selain faktor Harga dan *Merchandise*, faktor Suasana Toko juga penting bagi perusahaan. Pada dasarnya Malaya Mart memiliki bangunan yang cukup luas, tetapi bila dilihat dari tata letak tempat atau pengaturan jarak antara rak-rak yang dimiliki terlalu dekat, susunan barang yang kurang rapi sehingga terkesan penuh, dengan sendirinya ruang gerak konsumen menjadi terbatas. Hal ini tentunya dapat menimbulkan ketidaknyamanan konsumen dalam berbelanja. Suasana toko yang nyaman akan membuat konsumen senang berbelanja di swalayan tersebut.

Hal yang harus diperhatikan dalam keputusan pembelian konsumen yakni harga yang murah dan terjangkau, penjual sanggup menjual berbagai *merchandise* yang dibutuhkan konsumen, dan suasana toko yang nyaman. Dengan demikian harga, *merchandise*, dan suasana toko dapat menjadi peluang besar untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## 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.

**Table 1.1 Data Jumlah Tingkat Konsumen Yang Berbelanja Pada Malaya Mart Bangkinang Dari Tahun 2013-2017 (Orang) Sebagai Berikut:**

No	Tahun	Jumlah konsumen	Persentase (%)
1	2013	29.101	- %
2	2014	28.991	-0,4%
3	2015	33.472	33,47%
4	2016	30.001	30%
5	2017	27.936	27,93%

**Sumber : Malaya Mart Bangkinang 2017**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah Data Tingkat konsumen yang berbelanja di Malaya Mart Bangkinang selalu mengalami kemajuan yang cukup pesat namun mengalami naik turun. Seperti terlihat pada tahun 2013 jumlah konsumen sebesar 29.101. Kemudian pada tahun 2014 jumlah konsumen mengalami penurunan jumlah konsumen sebesar 28.991 dengan persentase sebesar -0,4%. Kemudian pada tahun 2015 jumlah konsumen meningkat sebesar 33.472 dengan persentase 33,47%. Pada tahun 2016 jumlah konsumen mengalami penurunan sebesar 30.001 konsumen dengan persentase sebesar 30%. Dan pada tahun 2017 jumlah konsumen turun sebesar 27.936 dengan persentase sebesar 27,93%. Dari data dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumen dalam lima tahun terakhir selalu mengalami permasalahan.

Berdasarkan data uraian dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat kondisi tersebut dalam suatu penelitian lebih lanjut mengenai masalah bauran ritel yang ada di Malaya Mart Bangkinang. Untuk itu peneliti

mengambil judul “**Pengaruh Harga, *Merchandise* Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Malaya Mart Bangkinang**”

### 1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya Mart Bangkinang?
2. Apakah *Merchandise* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya Mart Bangkinang?
3. Apakah Suasana Toko berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya Mart Bangkinang?
4. Apakah Harga, *Merchandise* dan Suasana Toko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya Mart Bangkinang?

### 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

#### a. Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan yang di rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya mart Bangkinang?
2. Untuk mengetahui apakah *Merchandise* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya mart Bangkinang?

#### 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.

## 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.

3. Untuk mengetahui apakah Suasana toko berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya mart Bangkinang?
4. Untuk mengetahui apakah Harga, merchandise dan suasana toko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya mart Bangkinang?

## b. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

## 1. Bagi perusahaan

Penelitian ini bermanfaat sebagai masukan atau informasi yang bermanfaat kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan arah kebijakan perusahaan agar dapat diterapkan strategi yang relevan demi eksistensi perusahaan itu sendiri.

## 2. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran untuk para pembaca.

## 3. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan suatu pendalaman ilmu, dimana penelitian ini menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku kuliah dan menghubungkannya dengan kenyataan yang sebenarnya. sehingga dapat menambah pemahaman penulis dalam bidang pemasaran khususnya perilaku konsumen.



## 1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi yang di bahas dalam tiap-tiap bab, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendasari penelitian dan penelitian terlebih dahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang lokasi dan waktu penelitian, sumber data dan jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini menguraikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, dan aktivitas perusahaan.

### **BAB V : HASIL PENELITIAN**

Bab ini merupakan bab yang memaparkan tentang hasil yang di peroleh selama penelitian.

### **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan ini yang berisi kesimpulan dan saran.