

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis berkembang pesat. Perubahan dalam bisnis telah mempengaruhi cara pesaing beroperasi (Influence et al., 2015). Setiap pelaku usaha harus peka terhadap perubahan kondisi persaingan usaha di lingkungannya dan fokus dalam menarik keputusan pembelian konsumen agar berhasil. Pemasaran sangat penting untuk kesuksesan bisnis.

Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia. Manusia harus makan dan minum, sehingga minimarket menjadi populer di Indonesia. Para pengusaha atau pelaku usaha memanfaatkan kesempatan ini untuk terjun dalam bisnis minimarket dengan berlomba-lomba menciptakan perlengkapan minimarket untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produknya, memperketat persaingan bisnis kuliner dan memperbanyak pilihan. untuk membantu konsumen memilih produk yang memuaskan perlu menjadikan konsumen pembeli lebih selektif (Aryandi & Onsardi, 2020).

Sejauh ini kemajuan ekonomi telah membawa banyak kemajuan dalam dunia usaha. Banyak supermarket, department store, dan pasar minuman bermunculan sebagai dampaknya. Konsumen dapat dengan mudah mendapatkan barang yang diinginkannya di minimarket yang menggunakan sistem pelayanan mandiri. N. Ihwanudin & Beladina (2020).

Banyak minimarket yang dibuka di desa dan kota. Persaingan bisnis berkembang pada masyarakat ekonomi menengah ke bawah dan menengah ke atas. Banyak yang percaya bahwa persaingan bisnis sederhana dapat bersaing dengan fenomena e-business di kalangan anak muda (Hotimah et al., 2018). Meningkatnya persaingan menuntut perusahaan untuk lebih fokus pada kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Selain itu, perusahaan harus menarik dan mempertahankan pelanggan agar berhasil dalam persaingan. Perusahaan dapat mencapai hal ini dengan menawarkan produk dan layanan yang diinginkan konsumen.

Keberadaan Minimarket di kecamatan pasirian bisa dikatakan banyak. Namun yang mencuri perhatian penulis adalah minimarket Sk Mart Pasirian. Minimarket SK Mart Pasirian adalah usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan dimana terdapat berbagai macam barang kebutuhan sehari hari dan kebutuhan pokok yang dijual dalam satu toko. Usaha ini sudah berdiri sekitar 1 tahun di pasirian. Terletak di jalan raya pasirian yang merupakan jalan raya besar penghubung antar kabupaten yakni kabupaten lumajang dan kabupaten malang. Jam beroperasi Minimarket SK Mart Pasirian dimulai pukul 07.30 sampai tutup pada pukul 19.00. Terdapat 4 karyawan yang bekerja di minimarket SK Mart Pasirian ini yang terdiri dari 2 perempuan dan 2 laki-laki. Dibagi menjadi dua *shift* dalam 1 *shift* terdiri dari 2 karyawan, yakni 1 karyawan perempuan dan 1 karyawan laki laki. *Shift* satu dimulai dari pukul 07.00 sampai 15.30 dan *shift* dua dimulai pukul 15.30 sampai 19.00.

Minimarket SK Mart Pasirian terletak di daerah padat penduduk dan

merupakan pusat keramaian yang ada di kecamatan pasirian, sehingga sangat setrategis penempatannya. Memiliki lahan parkir yang cukup luas dengan adanya cctv sehingga para konsumen saat berbelanja merasa aman saat memarkirkan kendaraannya di Minimarker SK Mart. Produk yang dijual di minimarket SK Mart Pasirian banyak sekali dan cukup beragam meliputi kebutuhan sehari-hari masyarakat, mulai dari makanan pokok atau sembako, cemilan, kebutuhan bersih bersih rumah, secincare, parfum, perlengkapan bayi hingga perlengkapan sekolah. Selain itu minimarket sk mart juga menjual dengan harga selisih lebih murah dibanding pasaran (harga grosir), sehingga banyak pula orang atau konsumen yang berbelanja kemudian mereka jual kembali (kulakan).

Lokasi, harga dan *service* juga sangat mendominasi penentuan keputusan pembelian. Harga menjadi faktor penting dalam keputusan pembeli konsumen. Untuk dapat bersaing dan menarik perhatian konsumen dengan minimarket lain, maka minimarket SK Mart Pasirian menawarkan harga yang relatif terjangkau dibanding minimarket lainnya yang ada di pasirian. Untuk pelayanan di minimarket SK Mart Pasirian menggunakan sistem toko ritel atau menggunakan sistem pelayanan mandiri. Hal ini sudah banyak dilakukan oleh toko-toko besar tidak hanya di pasirian saja bahkan di kota-kota lain.

Memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat merupakan kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam menjalankan usahanya untuk mempertahankan kelangsungan bisnis, perkembangan bisnis dan untuk mendapatkan laba semaksimal mungkin. Untuk meraih keberhasilan tersebut, perusahaan harus mengetahui bermacam-macam faktor

yang dapat mempengaruhi pembeli atau konsumen sehingga melakukan keputusan pembelian dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen dapat melakukan keputusan pembelian terhadap perusahaan. Keputusan pembelian merupakan seleksi yang dilakukan oleh konsumen terhadap dua pilihan, pertama keputusan untuk membeli barang dan yang kedua keputusan untuk tidak membeli barang jika konsumen merasa puas dengan suatu produk yang perusahaan tawarkan, kemungkinan konsumen melakukan pembelian ulang

Faktor lokasi, harga dan pelayanan akan sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam proses menetapkan di mana akan berbelanja. Dapat dipastikan keputusan berbelanja memerlukan pertimbangan yang mendukung dan dapat menguntungkan pembeli. Dilihat dari segi lokasi pembeli akan memilih lokasi swalayan yang lebih dekat dengan tempat tinggal. Selain itu pembeli akan membandingkan antara minimarket, swalayan ataupun toko ritel bahkan pasar tradisional mana harganya yang lebih murah dan yang lebih mahal. Dari segi *service* juga harus diperhatikan, karena hal ini sangat menyangkut kebutuhan yang diinginkan konsumen dalam keputusan pembelian. Situasi yang mendukung dan pelayanan yang cepat juga ramah, lokasi yang strategis dan harga yang terjangkau, serta mengutamakan pembeli atau pelanggan menjadi faktor penunjang keberhasilan usaha.

Menurut (Hotimah *et al.*, 2018) Lokasi merupakan keputusan yang di buat perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya mau di tempatkan. Faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis adalah penentuan faktor lokasi. Memilih lokasi berdagang adalah keputusan penting untuk bisnis, yang dapat

membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis menuan kebutuhan dan keinginannya. Pemilihan lokasi Minimarket Sk Mart Pasirian yang strategis dapat menentukan tercapainya tujuan usaha. Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi usaha. Terletak di jalan raya pasirian yang merupakan pusat keramaian di kecamatan pasirian menjadi faktor penunjang usaha minimarket SK Mart Pasirian.

Selain itu harga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha karena harga menentukan seberapa banyak konsumen membeli dan mempertimbangkan manfaat apa yang diperoleh baik berupa barang maupun jasa. Untuk itu harga menjadi sangat penting dalam meningkatkan keputusan pembelian karena selain menjadi nilai pada suatu produk, juga menjadi strategi dalam persaingan dengan kompetitor yang menjual produk yang sama (Puri & Lisiantara, 2023).

Minimarket SK Mart Pasirian memiliki keterjangkauan harga yang mampu dicapai oleh masyarakat baik kalangan menengah atas sampai ke menengah bawah. Produk yang dijual memiliki kualitas yang baik sesuai dengan harga yang diberikan. Persaingan pada minimarket di Kecamatan Pasirian sangat banyak dan minimarket SK Mart Pasirian ini mampu bersaing dengan para pesaingnya. Harga yang diberikan juga sesuai dengan pasaran dan manfaat yang diberikan oleh setiap produk yang dijual.

Tidak hanya itu *service quality* atau kualitas pelayanan juga menjadi hal yang penting untuk menunjang keberlangsungan usaha. Menurut (Kotler, 2019) Kualitas Pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat

pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan Minimarket SK Mart Pasirian. Dalam jangka panjang hal seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan dari konsumen. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja, dimana Perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Sifat dari kualitas pelayanan adalah dinamis, yaitu berubah-ubah sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan terhadap suatu layanan (Tri Palupi Robustin, 2016). Ini menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis atau usaha dalam memberikan dan meningkatkan pelayanan terhadap konsumen yang datang untuk berbelanja di Minimarket SK Mart Pasirian sehingga diharapkan pelanggan akan puas dan melakukan pembelian ulang. Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan sesuai dan lebih baik dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya menurut (Hotimah et al., 2018).

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian sebagai tugas akhir kuliah atau skripsi terhadap konsumen Minimarket SK Mart Pasirian dengan judul Pengaruh Lokasi, harga dan *service quality* terhadap keputusan pembelian konsumn di Minimarket SK Mart Pasirian. Adapun alasan pengambilan judul ini adalah untuk mengetahui dan memastikan bahwa keputusan berbelanja atau keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh

faktor-faktor tersebut yang meliputi Lokasi, Harga dan *service quality* yang dimiliki oleh Minimarket SK Mart Pasirian. Serta nantinya akan menjadi bahan pertimbangan oleh para konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian konsumen untuk memilih berbelanja di Minimarket SK Mart Pasirian. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan atau pembelajaran bagi pihak Minimarket SK Mart Pasirian untuk mengetahui respon dari para konsumennya dan dapat sebagai pacuan untuk lebih meningkatkan usahanya dilihat dari variabel-variabel yang menjadi bahan penelitian ini.

1.1 Batasan Masalah

Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Lokasi, Harga dan *Service Quality* terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket SK Mart Pasirian peneliti hanya akan membahas mengenai tiga bidang yaitu lokasi, harga dan *service quality* atau kualitas pelayanan terkait keputusan pembelian konsumen di Minimarket SK Mart Pasirian. Sedangkan untuk promosi dan produk Minimarket SK Mart Pasirian tidak melakukan promosi terkait produk-produk yang mereka jual, melainkan tiap-tiap produk yang dijual merupakan tanggung jawab produsen sendiri untuk melakukan promosi bagi produknya masing-masing.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di minimarket SK Mart Pasirian ?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di minimarket SK Mart Pasirian ?
- c. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di minimarket SK Mart Pasirian ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- a. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian di minimarket Sk Maart Pasirian.
- b. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian di minimarket Sk Mart Pasirian.
- c. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap keputusan pembelian di minimarket Sk Mart Pasirian.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1) Manfaat Praktis

Memberikan masukan dan pertimbangan bagi pemilik Minimarket SK Mart pasirian dalam menentukan harga barang yang dijual dan sebagai sarana untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilakukan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh

para karyawan di Minimarket SK Mart Pasirian agar mendapat kepercayaan dan kepuasan bagi konsumen.

2) Manfaat Teoristis

a) Bagi Penulis atau Peneliti

1) Untuk memperdalam pengetahuan sekaligus menambah wawasan dibidang manajemen pemasaran khususnya pada keputusan pembelian. Dan untuk pembelajaran nantinya apabila ingin membuka usaha agar mampu mengetahui keinginan dari para konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sehingga diharapkan mampu menghadapi persaingan dan keberlanjutan usaha.

2) Untuk mengaplikasikan hasil teori belajar dibangku kuliah dengan realita yang terjadi dilapangan, mengenai permasalahan yang ada dalam pemasaran khususnya tentang pengaruh harga dan keputusan pembelian.

b) Bagi Pengusaha atau pemilik Minimarket SK Mart Pasirian

Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dan bahan acuan tentang bagaimana faktor-faktor tertentu mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk berbelanja dan melakukan pembelian ulang. Dengan adanya penelitian ini pemilik dapat mengetahui pengaruh dari lokasi usaha, harga yang dijual dan *servic quality* yang diberikan selama ini kepada konsumen serta mengetahui reteng atau tanggapan konsumen terkait hal tersebut. Selain itu dapat juga dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan harga bagi

suatu produk atau barang yang dijual dan meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki.

c) Bagi Peneliti Lain

Dapat dijadikan gambaran untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan tambahan pengetahuan dan pemahaman mengenai manajemen pemasaran terutama pada pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen

