

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan global saat ini berlangsung dengan cepat, mengakibatkan persaingan yang semakin intens. Ini terlihat dari peningkatan signifikan dalam kompetisi di sektor bisnis dalam mempromosikan barang dan layanan kepada pelanggan. Para pelaku usaha berlomba-lomba untuk memasarkan produk yang mereka sediakan demi memenuhi tuntutan dan harapan konsumen. Setiap industri di Indonesia sedang menghadapi tantangan baru akibat perkembangan teknologi yang semakin maju di era modern saat ini, hal ini akan memengaruhi perluasan pasar, perubahan dalam perilaku konsumen, serta persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis. Salah satu sektor yang tengah mengalami pertumbuhan pesat adalah perdagangan, yang memiliki peranan vital dalam kemajuan ekonomi suatu negara atau wilayah. Pertumbuhan ini akan memberikan manfaat positif dan nilai besar bagi masyarakat. Akibatnya, industri perdagangan, termasuk grosir atau ritel, semakin berkembang.

Perusahaan yang menyediakan barang dalam jumlah besar kepada pengecer dan perantara dikenal sebagai perusahaan grosir. Industri ritail atau grosir yang marak perkembangannya saat ini menuntut kesiapan produsen untuk strategi pemasaran yang lebih baik. Salah satu keberhasilan pengaruh harga, keragaman produk, dan lokasi. Dan perusahaan ritail sangat ditentukan oleh kualitasnya baik kualitas barang yang diperdagangkan maupun strategi pemasarannya. Jika sebuah usaha melakukan semua hal tersebut diatas dengan baik sebuah usaha akan meraih

pangsa pasar, keuntungan dan ekuitas pelanggan dan akan sangat memengaruhi semakin berkembangnya sebuah usaha tersebut. Karena kunci untuk memenangkan suatu persaingan dalam sebuah usaha yaitu dengan cara memberikan nilai kepuasan kepada pelanggan dengan harga bersaing yang terjangkau, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau serta produk dan cara pelayanan yang berkualitas.

Fenomena dari penelitian ini merujuk pada permasalahan yang terdapat di variabel harga yaitu, yang terjadi pada saat ini konsumen lebih mencari produk dengan harga yang murah namun memiliki kualitas yang tinggi. pada variabel keragaman produk, ditemukan bahwa pada dasarnya adalah toko grosir yang ada di Yosowilangun menyediakan produk dengan jumlah yang banyak namun tidak memiliki variasi produk yang ber macam-macam, misalnya satu produk lipcream memiliki banyak stok namun tidak memiliki banyak varian atau merek sehingga pelanggan kurang leluasa dalam memilih produk. Selain itu, pada variabel lokasi toko grosir di Yosowilangun memiliki tempat yang kurang strategis karena akses menuju toko grosir masih harus melewati gang permukiman warga dan jauh dari jalan raya. Dengan adanya fenomena tersebut, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian pada Toko Echa Grosir Yosowilangun. Dengan meningkatnya permintaan pasar untuk berbagai kebutuhan pribadi dan rumah tangga, serta barang untuk toko-toko kecil, peluang bisnis ini tampak cukup menjanjikan di Lumajang terutama Desa Yosowilangun yang mana, terdapat beberapa toko grosir yang menawarkan berbagai perlengkapan untuk kebutuhan harian dan pribadi. Meningkatnya persaingan di Desa Yosowilangun disebabkan

oleh banyaknya toko grosir, sehingga para pelaku bisnis harus merancang strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen.

Tabel 1.1 Toko Grosir di Kecamatan Yosowilangun

NO	TOKO GROSIR
1	Echa Grosir Yosowilangun
2	Muira Grosir
3	Nilta Grosir Lumajang

Sumber: Observasi Peneliti (2024)

Salah satu toko grosir yang berada di Kecamatan Yosowilangun yaitu toko Echa Grosir. Toko Echa Grosir Yosowilangun yang berlokasi di Desa Tunjungrejo Lor, Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang adalah salah satu contoh toko grosir memnjual berbagai macam produk, mulai dari peralatan rumah tangga, aksesoris, hingga produk *fashion* mulai dari balita sampai dewasa. Selain itu, toko Echa Grosir juga menjual berbagai macam produk makanan terutama pada saat mendekati bulan ramadhan. Toko Echa Grosir memiliki harga yang lebih terjangkau daripada toko grosir lain, yang mana toko Echa Grosir berada di kawasan pedesaan di daerah kecamatan Yosowilangun.

Menurut Firmansyah, (2019) proses keputusan pembelian adalah langkah yang dijalani oleh konsumen saat memilih produk atau layanan yang ingin dia beli sebelum mengambil keputusan untuk bertransaksi, umumnya konsumen melewati beberapa langkah awal seperti pengenalan terhadap masalah, pencarian informasi, penilaian terhadap pilihan, keputusan untuk membeli, dan tindakan setelah membeli. Proses penilaian terdapat langkah-langkah yang menghasilkan keputusan untuk berbelanja kembali jika konsumen merasa puas dengan transaksi yang pertama kali dilakukan dan seterusnya. Keputusan untuk membeli adalah

aspek dari perilaku konsumen yang mencakup penelitian mengenai cara individu, kelompok, serta organisasi menentukan pilihan, melakukan pembelian, dan menggunakan barang, layanan, ide, atau pengalaman guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Amstrong, 2016). Sedangkan menurut (Tjiptono & Chandra, 2016) menyatakan bahwa alasan yang memengaruhi konsumen dalam memilih untuk membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya disebut keputusan pembelian. Proses keputusan dalam membeli tidak lepas dari berbagai faktor seperti kemudahan, kelengkapan, serta efektivitas dan efisiensi dalam hal waktu dan biaya saat berbelanja, termasuk konsumen akan mempertingkat mengenai harga.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga yang memainkan peran krusial dalam proses pemasaran. Penentuan harga perlu diperhatikan sesuai dengan mutu, jumlah, dan harus memikirkan tentang pasar yang dituju. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Amstrong, 2016). Menurut Agustina *et al*, (2018) harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Oleh karena itu, penetapan harga harus dilakukan dengan cermat dan adil. Harga yang ditawarkan oleh toko Echa Grosir sangat bersahabat, dimulai dari Rp. 10.000 untuk pembelian eceran jika pelanggan

membeli dalam jumlah yang lebih banyak maka harganya akan menjadi lebih murah.

Dari penelitian ini merujuk pada permasalahan yang terdapat di variabel harga di Toko Echa Grosir terdapat beberapa *item* yang harganya masih terlalu tinggi jika di bandingkan toko grosir lainnya. Sehingga produk masih kurang diminati oleh konsumen. Hal tersebut menjadi sebuah permasalahan di Toko Echa Grosir mengenai variabel harga.

Menurut hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh (Wicaksono *et al*, 2023), (Fure *et al.*, 2015), dan (Puspa *et al.*, 2017) menyatakan bahwa ada dampak yang positif dan signifikan dari variabel harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, menurut penelitian (Anisa *et al.*, 2024), (Cahya *et al.*, 2021), dan (Kelvinia *et al.*, 2021) menyatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor kedua yaitu keragaman produk berdasarkan Kotler dan Keller (2016) keragaman produk adalah keseluruhan semua barang dan *item* yang dijual oleh penjual tertentu. Keragaman produk yang diproduksi oleh sebuah Perusahaan mencakup berbagai jenis produk dan spesifikasi masing–masing produk. Menurut Rozi & Khuzaini, (2020) keragaman produk meliputi kelengkapan produk, variasi ukuran dan berbagai merek barang yang ditawarkan. Serta inovasi dalam produk yang beragam menjadi jaminan mutu dan kualitas akan berpengaruh positif pada peningkatan keputusan untuk membeli. Dan menurut Sya'rani & Hartini, (2024) keragaman barang merujuk pada berbagai macam produk, termasuk dalam jumlah yang bervariasi, kesesuaian dengan minat dan keinginan serta, pilihan produk

yang tersedia untuk membeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh pelanggan yang dibuat oleh suatu penghasil produksi. Toko Echa Grosir menyediakan berbagai kebutuhan rumah tangga yang dicari oleh pelanggan. Mereka menawarkan perlengkapan rumah seperti lemari, kompor, kipas angin, sprei, guling kasur lipat, alat pembersih, peralatan memasak, dan lainnya. Untuk pakaian toko ini menyediakan kaos, dress, dan pakaian dalam untuk pria dan wanita mulai dari bayi hingga orang dewasa. Selain itu, mereka juga menjual peralatan sekolah seperti buku, pulpen, tas, sekolah, dan lainnya.

Pada variabel keragaman produk ditemukan bahwa di Toko Echa Grosir ini menyediakan produk dengan jumlah yang banyak namun, tidak memiliki variasi produk yang bermacam-macam misalnya, satu produk *lipcream* memiliki banyak *stock* namun tidak memiliki banyak varian atau merek sehingga pelanggan kurang leluasa dalam memilih produk. Maka dari itu, hal tersebut menjadi sebuah permasalahan yang mungkin akan berdampak pada keputusan pembelian konsumen.

Menurut peneliti terdahulu (Agustina *et al.*, 2018), (Ningsih & Siagian, 2024), dan (Suhardi *et al.*, 2020) keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut penelitian (Ulfami & Saino, 2020), (Diman *et al.*, 2024), dan (Kawoan *et al.*, 2022) keragaman produk tidak memiliki dampak langsung atau tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Faktor terakhir yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu lokasi. Menurut Kotler & Amstrong (2018) menjelaskan bahwa lokasi mencakup berbagai aktivitas perusahaan untuk memstikan produk yang diproduksi atau

dijual dapat dijangkau dan tersedia bagi pasar yang dituju. Ini berhubungan dengan cara produk atau layanan disampaikan kepada konsumen dan memilih tempat yang tepat. Menurut Hayat, (2019) menyatakan bahwa lokasi adalah area dimana suatu perusahaan menjalankan operasinya atau dimana perusahaan melaksanakan aktivitas untuk memproduksi barang dan layanan dengan mempertimbangkan aspek ekonominya. Sementara itu, menurut Kamillah *et al.*, (2024) lokasi penting membuat lebih gampang diakses oleh konsumen dan juga memastikan keamanan. Akibatnya, terdapat keterkaitan antara lokasi dan ketertarikan konsumen dalam melakukan pembelian barang. Menurut Permata Sari, (2021) lokasi bisnis merujuk pada area dimana suatu usaha beroperasi, mencakup semua aktivitas dari pengadaan bahan baku hingga distribusi atau penjualan serta pemasaran kepada pelanggan. Memilih tempat usaha yang sesuai akan sangat mendukung pertumbuhan dan kelancaran operasional bisnis. Lokasi pada Echa Grosir berada di dalam permukiman warga Tunjungrejo.

Lokasi pada Toko Echa Grosir kurang strategis karena akses menuju Toko Echa Grosir masih harus melewati gang permukiman warga Tunjungrejo dan jauh dari jalan raya. Sehingga Toko Echa Grosir hanya bisa dijangkau oleh warga Tunjungrejo dan sekitarnya sehingga masyarakat Yosowilangun secara keseluruhan akan sulit mengetahui adanya Toko Echa Grosir ini, jika konsumen yang mungkin jarak rumahnya jauh akan kesulitan apabila ingin ke Toko Echa Grosir Yosowilangun.

Menurut peneliti terdahulu (Polla *et al.*, 2018), (Aryandi & Onsardi, 2020), dan (Agustina *et al.*, 2018), lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan menurut (Harahap *et al.*, 2022), (Hardiansyah *et al.*, 2019), dan (Cynthia *et al.*, 2022) lokasi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari adanya hasil penelitian yang peneliti cantumkan diatas menghasilkan hasil *gap reasech* yang didukung dengan fenomena yang ditemukan peneliti di lokasi secara langsung. Sehingga mendorong peneliti untuk melakukan penelitian di Toko Echa Grosir di Kecamatan Yosowilangun. Peneliti memilih variabel *independent* yaitu harga, keragaman produk, dan lokasi untuk mengetahui pengaruh variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian produk. Toko Echa Grosir yang berlokasi di Yosowilangun Kabupaten Lumajang, alasan dari sudut pandang peneliti Toko Echa Gosir yang terletak di Yosowilangun Kabupaten Lumajang mempunyai jumlah produk yang dijual terbanyak sehingga memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian di Toko Echa Grosir Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

Berdasarkan pembahasan latar belakang di atas dan permasalahan mengenai variabel harga, keragaman produk dan lokasi pada Toko Echa Grosir peneliti ingin mengetahui pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian konsumen dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga, Keragaman produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Echa Grosir Yosowilangun Kabupaten Lumajang”**.

## 1.2 Batasan Masalah

Pembatasan suatu peneliti digunakan agar peneliti ini tidak menyimpang dan terjadi pelebaran pokok masalah dan peneliti dapat lebih fokus terhadap pokok pembahasan, maka perlu adanya pembatasan masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian dibidang manajemen pemasaran.
- b. Harga, keragaman produk dan Lokasi sebagai variabel independen dan Keputusan pembelian sebagai variabel dependen.
- c. Responden penelitian adalah konsumen Toko Echa Grosir Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

## 1.3 Rumusan Masalah

Semakin meningkatnya permintaan pasar terhadap Toko Echa Grosir dari berbagai kebutuhan produk pribadi, kebutuhan rumah tangga maupun barang untuk toko-toko kecil, Echa Grosir harus mampu menawarkan harga yang sepadan dengan kualitas produk yang menjanjikan. Selain itu, Toko Echa Grosir juga harus mempertimbangkan dan memilih lokasi yang lebih strategis. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi masalah dalam keputusan pembelian pada produk Toko Echa Grosir Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Keputusan pembelian di pengaruhi oleh beberapa variabel seperti harga, keragaman produk dan lokasi. Berikut rumusan masalah penelitian:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Echa Grosir Yosowilangun?
- b. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap Toko Echa Grosir Yosowilangun?

- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Echa Grosir Yosowilangun?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Echa Grosir Yosowilangun.
- b. Untuk mengetahui keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelia di Toko Echa Grosir Yosowilangun.
- c. Untuk mengetauhi lokasi berpengasuh terhadap keputusan pembelian di Toko Echa Grosir Yosowilangun.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Setelah selesai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ilmiah dan praktis bagi peneliti, lembaga pendidikan, dan pemangku kepentingan lainnya. Manfaat penelitian ini, peneliti sampaikan sebagai berikut:

- a. Manfaat ilmiah

Secara ilmiah hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat, yaitu:

- 1) Memberikan wawasan dan pemahaman bagi peneliti berikutnya tentang harga, keragaman produk dan lokasi
- 2) Menjadi acuan dan sumber referensi bagi ITB Widya Gama Lumajang jika melakukan penelitian lebih lanjut di bidang pemasaran

- b. Manfaat praktis

Secara praktis hasil dari penelitian diharapkan dapat bermanfaat, yaitu :

1) Bagi pemilik Toko Echa Grosir

Menyarankan pemilik Toko Echa Grosir untuk lebih mengoptimalkan strategi pemasaran dan mempertimbangkan lokasi yang lebih strategis untuk menarik lebih banyak konsumen, memperoleh pangsa pasar dan tetap kompetitif di sektor grosir di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

2) Bagi peneliti

Memberikan wawasan baru tentang bagaimana harga, keragaman produk dan lokasi memengaruhi keputusan pembelian di Toko Echa Grosir, serta dapat digunakan dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan efektifitas dan daya saing

3) Bagi konsumen

Memberikan konsumen informasi dan wawasan baru tentang faktor harga, keragaman produk dan lokasi.

4) Bagi peneiti selanjutnya

Menginspirasi dan memberikan acuan tentang bagaimana harga, keragaman produk dan lokasi memengaruhi keputusan pembelian.