

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha tempat perbelanjaan (*departemen store*) pada saat ini sangat pesat, sehingga persaingan tempat perbelanjaan sangat kompetitif dan masing-masing tempat perbelanjaan menawarkan harga yang bersaing, pelayanan yang memuaskan, kelengkapan produk, desain dan tata letak produk, tempat parkir yang luas, serta keamanan berbelanja. Konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan tempat perbelanjaan, sehingga mengakibatkan para pengelola tempat perbelanjaan dituntut untuk mengikuti perkembangan pasar sebagai dasar penetapan keputusan konsumen. Pemahaman para pengelola tempat perbelanjaan terhadap perilaku konsumen dibutuhkan untuk keberhasilan dalam pengambilan keputusan.

Pengusaha pada saat ini berlomba-lomba untuk mendesain supermarket sedemikian rupa sehingga konsumen merasa tertarik untuk berbelanja, mulai dari lingkungan supermarket yang selalu bersih dan pelayanan yang dibuat semenarik mungkin, menyediakan produk-produk untuk berbagai segmen mulai dari anak-anak sampai orang tua atau bahkan menyediakan barang keperluan sehari-hari, menetapkan harga yang bervariasi yang dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat, itu semua dilakukan karena persaingan antara supermarket yang satu dengan yang lainnya semakin ketat. Semua berambisi untuk dapat menarik konsumen untuk berbelanja di supermarket tersebut.

Fenomena ini sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, hal ini dikarenakan konsumen mempunyai banyak alternatif pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan keinginannya, sehingga dalam keputusan pembelian, konsumen memiliki pertimbangan-pertimbangan penting tentang sikap, evaluasi, maksud untuk membeli, dan pengaruh rujukan atau norma subyektif, yaitu keyakinan normatif dan keyakinan untuk menuruti referen. Oleh karena itu perlu adanya penelitian tentang sikap konsumen, norma subyektif dan perilaku lampau terhadap perilaku pembelian konsumen.

Munculnya beberapa model perilaku konsumen untuk riset konsumen terus berkembang seiring dengan adanya faktor-faktor yang belum dapat teridentifikasi. Keadaan ini dapat dijelaskan oleh beberapa model penelitian, antara lain model Bentler dan Speckart (Dharmmesta, 1997). Model Bentler dan Speckart muncul ketika model-model sikap yang berkembang tidak dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau niat konsumen untuk membeli.

Banyak peneliti telah membuktikan secara empiris bahwa perilaku beli konsumen dapat diprediksi dari sikap, norma subyektif dan perilaku lampau melalui niat beli seperti yang diharapkan oleh Model Bentler dan Speckart (Dharmmesta, 1997).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Niat Konsumen Dalam Berbelanja Kembali Di Supermarket Dedy Jaya Plaza Ketanggungan Brebes”**.

B. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan batasan-batasan masalah terhadap penelitian yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih terarah. Batasan-batasan itu adalah:

1. Variabel yang akan diteliti adalah niat, norma subyektif, sikap, dan perilaku lampau. Sedangkan atributnya adalah adalah harga, pelayanan, kelengkapan produk, desain dan tata letak produk, tempat parkir, dan keamanan dalam berbelanja.
2. Karakteristik penghasilan konsumen menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Brebes dibagi menjadi tiga:
 - a. Penghasilan tinggi ($>$ Rp 834.000 per-bulan).
 - b. Penghasilan sedang (antara Rp 417.000 - Rp 834.000 perbulan).
 - c. Penghasilan rendah ($<$ Rp 417.000 perbulan).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka penulis dapat merumuskan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah niat konsumen dalam berbelanja kembali di Supermarket Dedy Jaya Plaza Ketanggungan Brebes?
 2. Bagaimanakah pengaruh antara sikap, norma subyektif, dan perilaku lampau terhadap niat konsumen dalam berbelanja kembali di Supermarket Dedy Jaya Plaza Ketanggungan Brebes?
-

3. Apakah ada perbedaan niat konsumen dalam berbelanja kembali di Supermarket Dedy Jaya Plaza Ketanggungan Brebes ditinjau dari tingkat penghasilan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar niat konsumen dalam berbelanja kembali di Supermarket Dedy Jaya Plaza Ketanggungan Brebes.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara sikap, norma subyektif, dan perilaku lampau terhadap niat konsumen dalam berbelanja kembali di Supermarket Dedy Jaya Plaza Ketanggungan Brebes.
3. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan niat konsumen dalam berbelanja kembali di Supermarket Dedy Jaya Plaza Ketanggungan Brebes ditinjau dari tingkat penghasilan.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat di bidang teoritis.

Dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti yang lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Manfaat di bidang praktik.
 - a. Penulis memiliki kesempatan untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah.
 - b. Penulis memperoleh pengalaman dan pengetahuan tambahan yang selama ini tidak diperoleh di bangku kuliah.
-