

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada masa sekarang ini ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang begitu pesat seiring dengan perkembangan zaman. Pengaruh perkembangan teknologi tersebut sangat nyata, misalnya terciptanya fasilitas-fasilitas yang memudahkan kegiatan sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut.

Salah satu dampak dari perkembangan teknologi tersebut, semakin banyak berkembang pusat perbelanjaan. Pusat perbelanjaan banyak menawarkan kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara mudah dan efisien. Dengan banyaknya pusat perbelanjaan yang didirikan maka persaingan antara pusat perbelanjaan semakin tinggi. Hal ini membuat beban pemasar semakin berat, karena tugas dari pemasaran merupakan fungsi paling penting dari perusahaan.

Konsep pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pergerakan produk yang memuaskan secara lebih efektif dan lebih efisien dibanding para pesaing (Basu dan Irawan, 1985). Namun usaha untuk memuaskan konsumen tidaklah mudah karena kegiatan pemasaran beroperasi pada situasi persaingan usaha yang semakin ketat dalam lingkungan yang terus menerus berkembang. Secara langsung maupun tidak langsung telah

mempengaruhi kehidupan dan tata ekonomi, cara pemasaran dan perilaku manusia-manusianya.

Sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut, maka terjadi pula perubahan perilaku manusia untuk mendapatkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Manusia modern menghendaki untuk mendapatkan barang dan jasa secara mudah dan efisien. Untuk mendapatkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, maka konsumen memilih swalayan yang dianggap sebagai suatu tempat yang dapat menyediakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya.

Gardena Dept. Store dan Supermarket sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan atau pertokoan juga tidak terlepas dari masalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen juga mengalami perubahan sejalan dengan perubahan lingkungan yang dinamis, khususnya perilaku konsumen dalam kepentingan pembelian di Gardena Dept.Store dan Supermarket.

Siapa dan mengapa mereka melakukan pembelian di Gardena Dept. Store dan Supermarket, serta bagaimana tanggapan mereka terhadap kegiatan pemasaran perusahaan merupakan beberapa pertanyaan penting yang perlu dicari jawabannya. Sebuah alasan, mengapa orang membeli pada swalayan tertentu (Gardena Dept. Store dan Supermarket) merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam menentukan aspek dan program pemasaran perusahaan. Hal ini selain bersifat kompleks alasan membeli seseorang juga berubah ubah sesuai dengan perubahan waktu yang disebabkan oleh faktor

intern yang meliputi: produk, harga, promosi dan pelayanan. Faktor eksternal yang meliputi: kebutuhan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga yang saling berintegrasi, sehingga sering kali membawa akibat perubahan dalam menentukan pilihan dan kepentingan berbelanja.

Untuk mengetahui mengapa orang membeli pada penjual tertentu perlu diadakan penelitian tentang faktor-faktor yang mendorong konsumen dalam kepentingan pembelian. Banyak faktor yang memotivasi orang untuk melakukan pembelian pada penjual tertentu, antara lain disebabkan karena faktor produk, harga, promosi dan pelayanan.

Dengan menganalisa perilaku tersebut serta tanggapan konsumen terhadap atribut atau variabel-variabel yang terdapat pada Gardena Dept. Store dan Supermarket dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan berbelanja di Gardena Dept. Store dan Supermarket.

Respon atau tanggapan konsumen terhadap atribut atau variabel-variabel di Gardena Dept. Store dan Supermarket dapat menilai atribut atau variabel mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Adanya respon dan tanggapan dari konsumen Gardena Dept. Store dan Supermarket dapat mengembangkan dan menyempurnakan agar lebih memuaskan konsumen, sehingga Gardena Dept. Store dan Supermarket dapat mempertahankan dan memantapkan posisi dirinya sekarang dan masa yang akan datang. Selain itu juga dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

peluang pasar yang baru yang mungkin Gardena Dept. Store dan Supermarket dapat memasukinya.

Dengan latar belakang masalah tersebut diatas, maka penulis merasa tertarik dan ingin meneliti tentang perilaku apa yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan membeli di Gardena Dept. Store dan Supermarket dengan mengambil judul: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MEMBELI DI GARDENA DEPT. STORE DAN SUPERMARKET”**.

B. BATASAN MASALAH

Dalam suatu penelitian untuk mengembangkan pengetahuan yang mendalam mengenai obyek yang diteliti dengan tetap mempertahankan kebutuhan dari obyek sehingga data yang dikumpulkan bisa dipelajari sebagai keseluruhan yang terintegrasi perlu diberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Pembahasan hanya pada masalah yang berhubungan dengan keputusan membeli di Gardena Dept. Store dan Supermarket.
2. Responden yang dipilih dari segala usia, baik pria maupun wanita dengan tingkat pendidikan berbeda-beda.
3. Penelitian ini hanya akan membahas faktor-faktor keputusan membeli yang diukur melalui persepsi terhadap produk, harga, promosi dan lokasi di Gardena Dept. Store dan Supermarket

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dikemukakan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor produk, harga, promosi dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli di Gardena Dept. Store dan Supermarket ?
2. Apakah faktor produk, harga, promosi dan pelayanan secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli di Gardena Dept. Store dan Supermarket ?
3. Diantara faktor-faktor tersebut manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan membeli di Gardena Dept. Store dan Supermarket?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis apakah faktor produk, harga, promosi dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli di Gardena Dept. Store dan Supermarket.
2. Untuk menganalisis apakah faktor produk, harga, promosi dan pelayanan secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli di Gardena Dept. Store dan Supermarket.
3. Untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan membeli di Gardena Dept. Store dan Supermarket.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi ilmu pengetahuan

Penelitian ini akan menambah kepustakaan dibidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan dan bisa berguna sebagai bahan masukan untuk penelitian bagi siapa saja yang akan mendalami lebih lanjut.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini akan membantu manajemen dalam memahami perilaku konsumen dalam mengambil keputusan membeli serta mencapai tujuan yang lebih efektif dan efisien.

3. Bagi Penulis

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi yang sangat berharga untuk disesuaikan dengan pengetahuan teoritis yang terdapat di bangku kuliah terutama dalam memahami perilaku konsumen