

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis swalayan pada saat ini semakin semarak mulai dari perkotaan sampai pedesaan. Hal ini nampak jelas dari perkembangan pelayanan kebutuhan sehari-hari yang di sediakan melalui fasilitas toko maupun swalayan. Fenomena ini menunjukkan bahwa persaingan di dalam bisnis swalayan semakin ketat, karena saat ini informasi barang dan jasa berkembang dengan pesat. Dalam usaha menembus pasar dan memperluas jaringan pasar baru antar perusahaan saling berlomba-lomba dalam menarik konsumen. Bisnis eceran disekitar kita yang bergerak dalam pengadaan barang-barang kebutuhan hidup sehari-hari banyak diminati masyarakat.

Dalam rangka memuaskan kebutuhan konsumen ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yang berhubungan dengan perilaku konsumen maupun sikap konsumen dalam hal ini akan digunakan sebagai pedoman dalam memasarkan produk, segala sesuatu tentang keputusan pembelian, maupun jumlah pembeli perlu diadakan pengamatan dan pemahaman tentang perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan serta penentuan kegiatan tersebut (Basu dan Hani, 2000:10).

Dengan mempelajari tentang perilaku konsumen, maka swalayan akan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta apa

latar belakang dan alasan konsumen dalam melakukan pembelian, selain itu perusahaan dapat menyesuaikan antara kebutuhan dan keinginan kosumen selalu berubah-ubah, hal ini dimaksudkan untuk memuaskan keinginan kebutuhan tersebut.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain berasal dalam individu misalnya: jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan maupun tingkat pendapatan. Sedangkan faktor dari luar individu antara lain pemasaran produk, harga produk, promosi, teknologi, dan kebudayaan. Faktor inilah yang akan membentuk karakteristik atau ciri-ciri tertentu yang akan mempengaruhi perilaku konsumen terhadap suatu produk.

Konsumen dalam membelanjakan uangnya sangat dipengaruhi oleh niat konsumen itu sendiri, banyak faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk berbelanja misalnya kebutuhan. Konsumsi akan pakaian, makanan, keamanan, kenyamanan dan lain sebagainya yang harus dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari. Untuk itu para pemasar harus mempunyai strategi untuk menarik konsumen untuk mempunyai niat berbelanja kembali. Menurut *Bentler Speckart* (1981) niat konsumen untuk berbelanja secara tidak langsung dipengaruhi oleh sikap konsumen, norma subyektif dan perilaku lampau.

Perkembangan usaha tempat perbelanjaan pada saat ini sangat pesat ditunjang dengan adanya kemajuan teknologi yang menunjukkan bahwa masyarakat sekarang dengan pola konsumsinya cenderung ingin praktis dengan serba cepat sehingga selera konsumen dalam berbelanja semakin

juga mencari informasi tentang berbagai produk baru atau membandingkan harga dengan tempat lain. Konsumen dihadapkan pada alternatif pilihan tempat perbelanjaan, sehingga menyebabkan para pengelola tempat perbelanjaan dituntut untuk mengikuti perkembangan pasar, sebagai dasar penetapan putusan konsumen. Pemahaman para pengelola tempat perbelanjaan terhadap perilaku konsumen dibutuhkan untuk keberhasilan dalam mengambil keputusan.

Pasar swalayan merupakan tempat penyediaan barang-barang kebutuhan secara lengkap dalam penjualan barang, baik klontong maupun produk lainnya. Kondisi ini memberikan dampak tersendiri bagi kalangan toko klontong, oleh karena itu mereka dituntut untuk mampu mengantisipasi penjualan *retail* mereka. Bahkan dalam satu dasawarsa terakhir, swalayan menjadi satu media yang dapat menarik konsumen untuk berbelanja. Atribut yang dimiliki sebuah swalayan terdiri dari lokasi, produk (jenis produk), kondisi swalayan (lokasi parkir, toilet dan tata letak produk serta pelayanan).

Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa tertentu, konsumen dipengaruhi oleh niat konsumen untuk melakukan suatu tindakan tertentu, motivasi tersebut bisa berasal dari dalam diri konsumen meliputi faktor keyakinan diri, pengalaman lampau, sikap atau persepsi, perasaan dan sebagainya. Sedangkan dari luar meliputi norma subjektif yang berkaitan dengan orang lain (sosial) dan keyakinan normatif. Faktor-faktor tersebut mendorong konsumen mempunyai niat untuk berperilaku, dalam hal ini untuk berbelanja kembali di Swalayan Hero II Gedung Yogyakarta. Selain itu

konsumen yang mempertimbangkan bauran produknya, oleh karena banyak ramah, lokasi swalayan yang cukup strategis dan suasana swalayan, tempat parkir yang luas, tata ruang yang menarik, minat beli konsumen serta adanya undian berhadiah dan bonus langsung menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen untuk menjadi pelanggan di Swalayan Hero Jl. Godean Yogyakarta.

Berdasarkan pada fenomena di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang analisis niat konsumen untuk berbelanja kembali. Dari gambaran tersebut penulis mengambil judul **“ANALISIS NIAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA KEMBALI DI SWALAYAN HERO JL. GODEAN YOGYAKARTA”**

B. Batasan Masalah Penelitian

Penggunaan batasan masalah dimaksudkan untuk mempermudah analisa selanjutnya. Maka penulis memberikan batasan masalah dalam penelitian ini yaitu variabel yang diteliti adalah sikap konsumen, norma subjektif, perilaku lampau.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini

1. Apakah variabel Sikap Konsumen secara parsial berpengaruh terhadap Niat konsumen untuk berbelanja kembali di Swalayan Hero Jl. Godean Yogyakarta?
2. Apakah variabel Norma Subjektif secara parsial berpengaruh terhadap Niat Konsumen untuk Berbelanja Kembali di Swalayan Hero Jl. Godean Yogyakarta?
3. Apakah variabel Perilaku Lampau secara parsial berpengaruh terhadap Niat Konsumen untuk Berbelanja Kembali di Swalayan Hero Jl. Godean Yogyakarta?
4. Apakah variabel Sikap Konsumen, Norma Subjektif, Perilaku Lampau secara serentak terhadap Niat untuk Berbelanja Kembali di Swalayan Hero Jl. Godean Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Variabel Sikap Konsumen, Norma Subjektif, dan Perilaku Lampau secara parsial terhadap Niat konsumen untuk berbelanja kembali di Swalayan Hero Jl. Godean Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh Variabel Sikap Konsumen, Norma Subjektif, dan Perilaku Lampau secara serentak terhadap Niat konsumen untuk berbelanja kembali di Swalayan Hero Jl. Godean Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah

1. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan informasi dalam menetapkan kebijaksanaan perusahaan dengan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan pemasaran khususnya pada kepuasan konsumen, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi dan mencegah terjadinya kekecewaan konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mempraktekkan atau menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan, khususnya dibidang pemasaran.

3. Bagi Pihak Lain

Memberikan informasi dalam bidang manajemen pemasaran dan diharapkan dapat menambah kepustakaan dibidangnya berdasarkan penemuan yang ada dalam kenyataan