

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Pada masa sekarang ini perkembangan bisnis terutama dibidang *retail* berkembang sangat pesat, ini ditandai dengan berdirinya beberapa tempat-tempat perbelanjaan yang tersebar diberbagai tempat, ini berarti bahwa perekonomian Indonesia mulai bangkit kembali setelah beberapa tahun kebelakang mengalami keterpurukan dibidang ekonomi. Adapun strategi yang dipergunakan oleh para pengelola tempat perbelanjaan yaitu dengan mendirikan tempat-tempat perbelanjaan yang kiranya konsumen lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Dengan demikian persaingan antara pengelola tempat perbelanjaan sangat kompetitif dalam usahanya menguasai pangsa pasar yang ada, syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Akan tetapi konsumen di hadapkan pada alternatif pilihan tempat perbelanjaan, disamping itu tanggapan konsumen terhadap suatu tempat perbelanjaan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam hal melakukan pembelian ditempat tersebut, karena masing-masing orang mempunyai pandangan yang berbeda-beda serta alasan-alasan dan kriteria tertentu dalam memilih tempat perbelanjaan.

Pemasaran bagi suatu perusahaan telah berkembang dari waktu ke waktu, seiring dengan itu maka beralih pula orientasi yang digunakan oleh manajemen perusahaan, jika pada awalnya manajemen perusahaan beranggapan bahwa konsep yang paling

penting adalah menciptakan apa yang bisa mereka buat, maka sekarang orientasinya berubah yaitu beralih pada konsumen, yaitu bagaimana usaha yang harus mereka lakukan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Jadi berdasarkan pengertian ini maka konsumen memegang peranan penting bagi perusahaan dalam menentukan strategi pemasarannya.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Proses pengambilan keputusan untuk membeli sama untuk setiap orang, hanya seluruh proses tersebut tidak selalu dilaksanakan oleh konsumen. Oleh karena itu maka perusahaan perlu untuk memahami perilaku konsumennya dengan tujuan supaya perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainya dan perusahaan dapat mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perusahaan memerlukan strategi pemasaran dalam merencanakan kegiatan pemasaran yang akan datang. Strategi pemasaran dari setiap perusahaan merupakan neraca secara keseluruhan untuk mencapai tujuan.

Sebagai contoh besarnya pengaruh perilaku konsumen terhadap perumusan strategi perusahaan, ialah bahwa perubahan perilaku konsumen sekarang yang tidak hanya memperhatikan masalah harga saja dalam pembelianya, tetapi juga sifat-sifat barang, komunikasi pemasaran, servis yang memuaskan, dan penyaluran yang

intensif menjadi lebih penting. Ini berarti perumusan strategi pemasaran harus memberikan perhatian yang lebih seimbang.

Implikasi pemasaran dari uraian diatas tentang perilaku konsumen dalam pembelianya, nampaknya belum begitu diperhatikan oleh sebagian besar perusahaan. Praktik-praktik pemasaran juga masih sebagai orientasi pada penjualan, bukan pada konsumen dan masyarakat. Padahal banyak pengalaman dari beberapa perusahaan yang mempergunakan perilaku konsumen dalam mengembangkan program pemasarannya yang sukses, hal ini dapat membantu manajer pemasaran untuk menyadari pentingnya perilaku konsumen dalam manajemen pemasaran

Dengan pentingnya konsumen bagi kelangsungan hidup perusahaan maka peneliti melaksanakan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen yang Berpengaruh terhadap Keputusan Membeli pada Swalayan Mirota Godean”**

## **B. Batasan Masalah Penelitian**

Faktor-faktor Perilaku konsumen yang diteliti adalah Faktor Internal yaitu faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan pembelian dilihat dari motif rasional yang terdiri dari produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi.

### **C. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari faktor produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean?
2. Apakah faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari faktor produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean?
3. Diantara faktor-faktor tersebut manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari faktor produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean?
2. Menganalisis faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari faktor produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean?
3. Menganalisis faktor-faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean?

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Untuk Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam keyakinan peneliti tentang teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan membandingkan dengan keadaan yang sebenarnya pada perusahaan publik.

### **2. Untuk Perusahaan**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan kepada pihak manajemen perusahaan bahwa faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### **3. Manfaat bagi Akademisi**

Secara akademik, Untuk memberikan informasi bahwa Faktor Perilaku Konsumen yang terdiri dari Produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi sangat berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean, dan penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya.