

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Persaingan di dunia perdagangan saat ini sangat berperan penting dalam dunia perekonomian, dimana perekonomian mampu memberikan perubahan-perubahan yang berarti bagi kehidupan masyarakat. Dimana perubahan tersebut mengakibatkan terjadinya peningkatan bisnis ritel. Hal ini ditandai dengan banyaknya bisnis-bisnis yang sama dan modern yang bermunculan, terutama di kota-kota besar maupun di kota kecil termasuk di daerah Lubuk Pakam.

Kebutuhan hidup manusia yang semakin terus meningkat, berkembang dan terus membutuhkan suatu perubahan atau inovasi ke arah yang lebih maju membuat setiap orang ingin memenuhi kebutuhan hidup tersebut. Apalagi di zaman modern seperti saat ini, masyarakat hanya ingin segala aktivitas kehidupannya dapat dia jalankan dengan cepat dan kebutuhan untuk mendapatkan cara hidup yang praktis. Manusia yang pada saat ini selalu ingin praktis dalam menjalankan kehidupan, ketika dia ingin berbelanja masyarakat ingin dalam satu tempat dapat di dapatkan segala yang dia butuhkan, tidak harus berpindah-pindah tempat agar mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat tersebut.

Kehadiran pasar swalayan tersebut merupakan tuntutan perubahan gaya hidup konsumen kota, kondisi semacam ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa konsumen menjadi kritis dan selektif dalam berbelanja, mereka di

hadapkan dengan berbagai macam bisnis ritel yang sejenis. Pada saat ini yang kita ketahui bahwa konsumen lebih memiliki kekuasaan yang menentukan didalam dunia bisnis, sehingga konsumen lebih bebas memilih tempat bisnis ritel yang akan memberikan keputusan pembelian masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu setiap pebisnis berlomba-lomba dengan segala strategi dan keunggulannya untuk memikat konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk mempercayai tempat yang ditawarkan pebisnis tersebut.

Perusahaan ritel atau pengecer merupakan salah satu jenis perusahaan perantara disamping perusahaan grosir. Perusahaan ritel memegang peranan penting bagi konsumen akhir yang mengkonsumsi barang dagangan, maupun bagi kesuksesan organisasi atau badan yang menyediakan barang dagangan. Perusahaan ritel menghimpun barang-barang yang diinginkan konsumen dari berbagai macam sumber dan tempat, sehingga memungkinkan konsumen untuk membeli beranekamacam barang dalam jumlah kecil dengan harga yang layak, dan tempat yang terjangkau. Jadi dapat dikatakan perusahaan ritel adalah suatu bentuk usaha yang menjual produk atau jasa langsung kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi, dimana produk atau jasa tersebut didapatkan dari produsen yang menghasilkannya.

Keputusan pembelian merupakan hal yang dapat menguntungkan pebisnis dan mempunyai peranan besar dalam memajukan serta mempromosikan bisnis ritel dari pebisnis itu sendiri. Terkadang dalam faktanya pebisnis sering kali menganggap sepele atau tidak mau tau terhadap keputusan pembelian dari kelompok referensi dan citra perusahaan. Padahal dengan keputusan pembelian

dari kelompok referensi dan citra perusahaan ini pebisnis dapat meningkatkan jumlah konsumen yang begitu besar terhadap bisnis ritel yang dia miliki. Tetapi sebaliknya apabila di benak konsumen telah terdapat citra negatif maka secara tidak langsung dapat mempengaruhi konsumen lainnya untuk memberikan dan menentukan keputusan pembeliannya kepada pebisnis ritel lainnya.

Pengaruh kelompok referensi dapat berfungsi sebagai perbandingan dan sumber informasi bagi seseorang sehingga perilaku para anggota kelompok referensi ketika membeli suatu yang bermerek tentu akan dapat dipengaruhi oleh kelompok referensi.

Menurut Setiadi (dalam Andri Nurtationo 2015:17) Kelompok referensi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, keterlibatan konsumen dalam hal ini telah memberikan informasi terhadap seseorang yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi konsumen, dengan itu maka semakin besar keputusan pembelian di Swalayan Delimas Lubuk Pakam.

Menurut Kotler (dalam Evanina Sianturi 2012:128) kelompok referensi adalah seseorang atau sekelompok orang yang mempengaruhi perilaku individu secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat berupa artis, atlet, tokoh politik, kelompok musik.

Pengaruhnya dalam keputusan pembelian dapat berdasarkan dari informasi yang ada, atau berdasarkan norma-norma sosial yang berlaku dan harus dipatuhi serta bagaimana konsumen tersebut akan menceritakan kepada konsumen sekitarnya untuk memberikan keputusan pembeliannya pada Swalayan Delimas.

Citra pada dasarnya merupakan salah satu harapan yang ingin dicapai oleh perusahaan untuk membantu perusahaan dalam bertumbuh kembang. Citra yang positif akan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan dan mendapatkan kepercayaan dari para publiknya. Hal ini berpengaruh juga terhadap produk/jasa yang diterima konsumen, dengan citra positif konsumen akan lebih mudah untuk memilih untuk memberikan keputusan pembeliannya. Citra yang baik atau positif akan memberikan kesan yang baik bagi konsumen. Apabila citra perusahaan buruk akan memberikan kesan yang buruk bagi konsumen, dan konsumen akan beralih kepada pebisnis ritel lain dengan tawaran yang lebih unggul.

Kotler dan Keller (dalam Melisa E.B 2014:150) Citra perusahaan digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu tempat/organisasi secara signifikan terhadap keputusan pembeliannya.

Pengaruh dari citra perusahaan yang mereka miliki mempunyai sifat khas dan sifat khas itu sendiri yang akan membedakan usaha bisnis ritel dengan yang lainnya, walaupun sejenis berbagai upaya yang dilakukan pebisnis dalam rangka mempertahankan citra perusahaan yang mereka miliki masing-masing, semakin baik citra Swalayan Delimas itu sendiri maka semakin baik pula konsumen akan memberikan keputusan pembeliannya pada Swalayan Delimas. Maka pebisnis ritel harus terus meningkatkan citra perusahaan agar konsumen tertarik untuk berbelanja di swalayan itu sendiri walaupun banyak usaha bisnis ritel yang sejenis di daerah Lubuk Pakam.

Keputusan pembelian oleh konsumen mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seseorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. Keputusan pembelian merupakan usaha konsumen untuk mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugian masing-masing, serta diawali dengan adanya rangsangan (*stimuli*) dari luar diri konsumen baik itu rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan yang lain. Rangsangan tersebut kemudian diolah dalam diri sendiri sesuai dengan karakteristik pribadi konsumen tersebut hingga pada akhirnya sampai pada proses pengambilan keputusan.

Perdagangan bisnis ritel yang tumbuh pesat sampai saat ini perkembangan bisnis ritel ditunjang dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat yang meningkat menempatkan Swalayan bukan lagi untuk golongan menengah ke atas. Kenyataan ini merupakan peluang yang dimanfaatkan oleh pebisnis ritel untuk membuka Swalayan di Lubuk Pakam, Swalayan Delimas merupakan salah satu Swalayan di Kota Lubuk Pakam, yang kehadirannya dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh barang-barang yang ditawarkan. Swalayan Delimas di Lubuk Pakam menjual kebutuhan masyarakat sehari-hari dan Swalayan Delimas juga memiliki tempat hiburan yang semakin meningkatkan pemasarannya, kehadiran Swalayan Delimas merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat, dimana Swalayan Delimas merupakan pusat perbelanjaan di Kota Lubuk Pakam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis terjadinya

penurunan jumlah pengunjung di Swalayan Delimas Lubuk Pakam dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2015, adalah sebagai berikut:

<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH PENGUNJUNG</b>
Januari	430 orang
Februari	420 orang
Maret	410 orang
April	400 orang
Mei	380 orang
Juni	370 orang
Juli	360 orang
Agustus	300 orang
September	230 orang
Oktober	130 orang
November	120 orang
Desember	50 orang
<b>Jumlah</b>	<b>3600 orang</b>

Berdasarkan tabel di atas maka dapat kita ketahui bahwa terjadinya penurunan jumlah konsumen yang memberikan keputusan pembeliannya di Delimas Lubuk Pakam dikarenakan adanya pebisnis ritel sejenis yang bermunculan di daerah Lubuk Pakam tersebut seperti bermunculannya Swalayan sejenis yang merebut daya tarik konsumen untuk pindah memberikan keputusan pembeliannya di bisnis ritel sejenis tersebut dengan alasan-alasan tertentu seperti lebih dekat, tidak perlu membayar parkir, tidak perlu naik turun escalator dan alasan-alasan konsumen lainnya.

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana kelompok referensi dan citra perusahaan mampu mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen, berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Kelompok Referensi dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Delimas Lubuk Pakam”**

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Kelompok referensi konsumen terhadap Swalayan Delimas Lubuk Pakam yang masih belum optimal diduga menyebabkan terjadinya penyusutan jumlah pengunjung.
2. Citra perusahaan yang diciptakan Swalayan Delimas Lubuk Pakam yang masih belum memenuhi harapan konsumen diduga menjadi penyebab keputusan pembelian konsumen yang belum tercapai lebih optimal.
3. Kurangnya kelompok referensi yang sangat berpengaruh serta citra perusahaan Swalayan Delimas Lubuk Pakam diduga menjadi penyebab keputusan pembelian konsumen masih belum maksimal.

## 1.3. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada identifikasi variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Delimas Lubuk Pakam, yaitu: Kelompok Referensi dan Citra Perusahaan.

## 1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka penulis menentukan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian di Swalayan Delimas Lubuk Pakam?

2. Apakah terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian di Swalayan Delimas Lubuk Pakam?
3. Apakah terdapat pengaruh kelompok referensi dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian di Swalayan Delimas Lubuk Pakam?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh kelompok referensi dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian di Swalayan delimas lubuk Pakam.

1. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian di Swalayan Delimas Lubuk Pakam.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian di Swalayan Delimas Lubuk Pakam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian di Swalayan Delimas Lubuk Pakam.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Manfaat yang diperoleh peneliti dari hasil peneliti bertambahnya pengetahuan dan wawasan peneliti.

## 2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan pebisnis ritel Swalayan Delimas sendiri penelitian ini bermanfaat mengevaluasi perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan inovasi baru untuk kedepannya.

## 3. Bagi Peneliti lain

Diharapkan agar penelitian ini menjadi bahan referensi pustaka bagi peneliti lain yang ingin meneliti dan menggunakan serupa dimasa yang akan datang.

