

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia usaha sekarang yang semakin pesat, sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dibidang perdagangan yang berbentuk toko, minimarket, departemen store (toserba), pasar swalayan (supermarket) dan lain-lain. Hal ini menimbulkan persaingan di antara perusahaan tersebut. Dengan adanya persaingan pasar ini sebuah organisasi bisnis (perusahaan) dituntut untuk dapat mengambil langkah-langkah yang tepat agar dapat menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin.

Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan pembelian tidaklah mudah. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal itu. Baik dari faktor internal/dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen, agar dapat memenangkan persaingan. Swastha (2003:9) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Karena keputusan membeli dapat dipengaruhi oleh lingkungan, maka perusahaan haruslah mampu memanfaatkan

hal tersebut. Strategi perilaku konsumen inilah yang diterapkan oleh Carrefour Citra Garden medan, dimana mereka mengusahakan meningkatkan pelangganya dengan memberikan pelayanan yang prima, karyawan yang selalu siap melayani konsumen dan suasana yang nyaman saat berbelanja.

Adapun strategi pasar yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli antara lain lokasi yang strategis, lokasi berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha, Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk berbelanja, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tempat berbelanja tersebut. Carrefour medan citra garden terletak di lokasi yang strategis yang berada di tepi jalan Letjen Djamin Ginting yang merupakan salah satu tempat keramaian kota, mudah diakses dengan kendaraan pribadi maupun angkutan umum, yang memungkinkan masyarakat mudah menjangkanya dan memiliki tempat parkir yang luas dan nyaman.

Keragaman produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana kebanyakan konsumen lebih memilih toko yang mempunyai banyak pilihan produk karena produk merupakan persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Toko yang lengkap menjual semua diversifikasi yang ada pada tiap merek produk dan menjual tiap jenis produk akan banyak dipilih oleh konsumen. Konsumen memilih toko berdasarkan kemampuannya dalam memenuhi kepuasan yang diharapkan konsumen salah satunya yaitu tersedianya semua produk dalam satu tempat. Tetapi seperti yang

kita liat sekarang ini kebanyakan konsumen berbelanja memilih tempat perbelanjaan yang susunan produk atau barang tertentu sudah ditentukan tempatnya sesuai dengan jenis dan fungsinya, seperti peralatan dapur, kamar mandi, peralatan sekolah dan lain-lain sudah disusun sehingga mudah didapat oleh konsumen tanpa harus susah payah mengelilingi pusat perbelanjaan tersebut.

Selain faktor lokasi dan keragaman produk, harga juga penting dalam keputusan pembelian. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan atau organisasi harus menetapkan harganya secara tepat. Dimana tinggi rendahnya harga yang diberikan kepada konsumen berpengaruh terhadap laku atau tidaknya suatu produk dipasaran. Perhatian konsumen didalam menanggapi harga berbeda-beda, secara garis besar sikap dan perilaku konsumen dalam menanggapi harga dapat dibedakan menjadi dua. Ada konsumen yang memiliki kecenderungan menyukai harga yang relatif rendah seperti pendapat Fandy Tjiptono (1997 : 154) bahwa harga yang terjangkau akan lebih meningkatkan keinginan konsumen untuk selalu membeli produk yang ditawarkan, dan ada konsumen yang memiliki kecenderungan menyukai harga yang relatif tinggi dimana dengan harga yang tinggi konsumen merasa yakin bahwa produk tersebut berkualitas tinggi. Dalam hal penjualan produk Carrefour medan citra garden menyediakan produk-produk dengan harga yang standart atau terjangkau dan untuk pembelian produk lebih dari satu jenis carrefour citra garden menawarkan harga yang lebih murah.

PT Carrefour Indonesia saat ini merupakan pemimpin pasar yang terkemuka, yang menguasai lebih dari 40% pangsa pasar di segmen hypermarket dan supermarket . Saat ini Carrefour memiliki 85 gerai yang tersebar diseluruh wilayah di Indonesia. Dengan motto ke Carrefour aja ... yang harapanya dapat mengajak konsumen lebih banyak lagi melakukan pembelian di Carrefour. Khusus untuk Carrefour citra Garden Medan Rion, Stor Manajer Ritel Carrefour Citra Garden, Padang Bulan Medan mengatakan bahwa penjualan di Carrefour tahun lalu meningkat 8,2% dan Tahun ini menargetkan peningkatan omset sekitar 9 persen (Bisnis.com).

Mengingat begitu banyaknya supermarket dan hypermart yang tersebar disekitar jalan jamin giting , Carrefour Citra Garden justru lebih diminati banyak orang sebagai tempat perbelanjaan di bandingkan tempat perbelanjaan lain. Dimana berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas bahwa keputusan pembelian dapat pengaruhi factor lokasi, keragaman produk dan harga dapat menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan, dan apakah konsumen melakukan keputusan pembelian berdasarkan factor tersebut, maka fenomena inilah yang justru sangat menarik perhatian penulis sehingga penulis tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap konsumen Carefour Citra Garden dengan judul: ***Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk dan harga terhadap keputusan Pembelian di Carrefour Citra Garden Medan.***

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Apakah lokasi yang strategis mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan
- 2) Apakah tingkat keramaian mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan
- 3) Apakah keragaman produk yang bervariasi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan
- 4) Apakah keragaman merek, ukuran dan jenis mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan
- 5) Apakah harga yang terjangkau mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan
- 6) Bagaimanakah pengaruh lokasi, keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan

## 1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat banyaknya permasalahan yang mempengaruhi bidang penelitian ini, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh lokasi, keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Carrefour Citra Garden Medan

#### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apakah ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Carrefour Citra Garden Medan?
- 2) Apakah ada pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Carrefour Citra Garden Medan?
- 3) Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Carrefour Citra Garden Medan?
- 4) Apakah variabel lokasi, keragaman produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Carrefour Citra Garden Medan?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang telah disebutkan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan ?
- 2) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan ?
- 3) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan ?

- 4) Untuk mengetahui diantara variabel lokasi, keragaman produk dan harga variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Carrefour Citra Garden Medan?

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Bagi penulis, sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan pemahaman dibidang pemasaran, khususnya pengaruh Lokasi, keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
- b. Bagi perusahaan, sebagai tambahan informasi terhadap pihak perusahaan dan dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dan bahan acuan tentang bagaimana factor-faktor tertentu mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen.
- c. Bagi Universitas Negeri Medan, untuk menambah literature kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh lokasi, keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian.
- d. Bagi pembaca, sebagai bahan masukan dan bahan informasi yang berguna serta dapat memberikan gambaran bagi peneliti selanjutnya dalam bidang manajemen pemasaran.