

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat, membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik para konsumen. Para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Perusahaan diharapkan mampu untuk memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para konsumen. Karena konsumen saat ini sudah mulai kritis dan cerdas dalam memilih produk mana yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaatnya untuk mereka.

Salah satu bisnis yang menjanjikan yaitu bisnis ritel. Bisnis ritel merupakan badan usaha yang mendistribusikan barang/jasa kepada konsumen baik untuk kebutuhan keluarga ataupun untuk keperluan pribadi. Saat ini di Medan sudah banyak bisnis ritel yang berdiri di berbagai pusat keramaian, seperti Alfamidi, Alfamart, Indomaret, swalayan dan masih banyak lagi. Hal tersebut membuat pelaku usaha harus saling bersaing untuk mendapatkan konsumen untuk membeli produk mereka. Selain bersaing untuk mendapatkan konsumen, pemilik usaha juga harus berusaha untuk melakukan perubahan agar menjadi lebih unggul dari para pesaingnya.

Pertimbangan seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian suatu produk adalah perilaku konsumen itu sendiri. Saat ini perilaku konsumen dalam membeli produk jasa ataupun barang selalu berubah-ubah dan selalu mengikuti tren yang berkembang. Selain itu dari segi kebutuhan dan

keinginan, gaya hidup, saran dari orang lain, kualitas produk, persepsi harga, suasana toko dan masih banyak lagi yang menjadi faktor penentuan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Kotler (2008:179), terdapat proses penentuan keputusan pembelian secara spesifik yang terdiri dari: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Seperti halnya yang telah disebutkan diatas banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Dan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian suatu produk adalah persepsi harga (Nurfajar 2016). Setiap konsumen pasti mempunyai persepsi yang berbeda tentang harga yang ditawarkan oleh suatu toko. Konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut jika harga sesuai dengan kemampuan konsumen.

Suasana toko juga menjadi faktor yang penting bagi perusahaan dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen akan lebih memilih tempat yang memberikan atau menawarkan suasana toko yang nyaman, menarik, fasilitas yang lengkap untuk tempat berbelanja. Menurut Kotler dan Keller (2009) "Suasana toko adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli".

Alfamidi merupakan jaringan bisnis ritel yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Alfamidi mulai merambah pasar Indonesia pada tahun 2007, yang berkantor pusat di Jakarta. Gerai ini lebih besar dari minimarket pada umumnya. Selain menjual berbagai produk makanan, minuman, Alfamidi juga menjual buah dan sayur serta barang kebutuhan hidup lainnya. Alfamidi tidak hanya di Ibukota

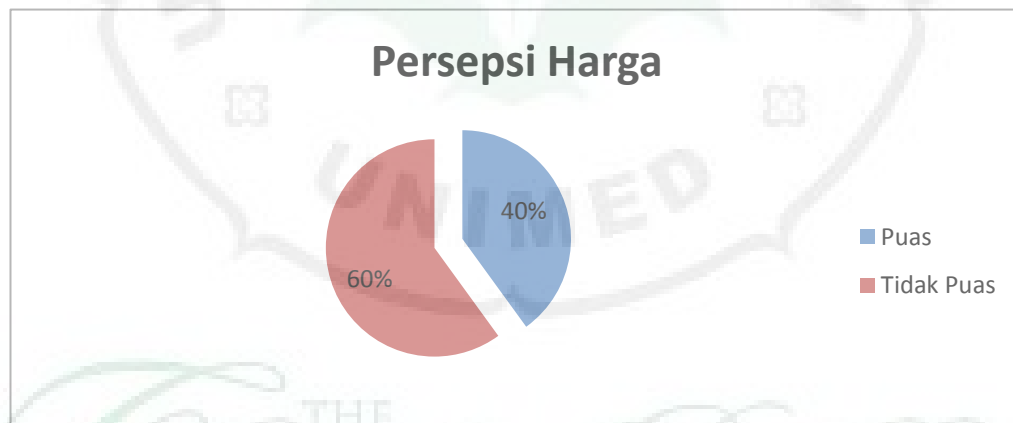
Indonesia, Jakarta, tetapi juga diberbagai kota besar lainnya. Itu sebabnya, kegiatan memperluas pasar dengan jalan membuka ratusan gerai permanen terus dilakukan secara berkala.

Alfamidi saat ini masih dipilih konsumen sebagai pilihan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Meskipun masih diminati oleh konsumen sebagai tempat untuk berbelanja, tetapi masih ada keluhan dari para konsumen Alfamidi seperti pelayanan, harga, suasana toko yang masih dirasa kurang memuaskan konsumen sehingga hal-hal tersebut berimbas pada keputusan pembelian produk Alfamidi. Berikut ini terdapat keluhan dari konsumen yang dikutip dari surat pembaca yang ditulis oleh Dwi Wahyu yang menyatakan kekecewaannya dengan perbedaan harga pada label dan pada saat dikasir dan pelayanan kasir Alfamidi jl.Nusanntara Raya Depok yang kurang ramah. Begitu juga dengan keluhan Dwiana Setiyowati yang menyatakan kekecewaannya dengan kasir Alfamidi Harapan Baru Jakarta yang tiba-tiba merobek struk belanjaan tanpa ada konfirmasi, dan ketika ditanya perihal ada atau tidaknya promo, dijawab tidak ada dan meneruskan ngobrol dengan temannya dari awal melayani kasir tersebut sambil ngobrol. Moko juga menulis keluhannya, terkait mobilnya yang rusak akibat adanya pengecoran lahan parkir Alfamidi Putri Tunggal Cibubur, yang pada saat itu ingin berbelanja di Alfamidi tersebut. Tiba-tiba Moko menabrak besi tiang penyangga rantai yang ternyata sengaja dipasang karena sedang dilakukan pengecoran lahan parkir. Namun karena tidak adanya pengawasan dan tiang penyangga tidak terlihat jelas, dan menurut informasi yang didapat Moko bukanlah salah satu konsumen yang mengalami musibah tersebut. Moko merasa kecewa karena tidak adanya

tanggapan dan kebijakan dari pihak Alfamidi tersebut. (www.suratpembaca.web.id). Melihat adanya berbagai keluhan dari berbagai kota yang terdapat pada Alfamidi, maka peneliti tertarik untuk melakukan pra survei pada Alfamidi Cabang Iskandar Muda Medan.

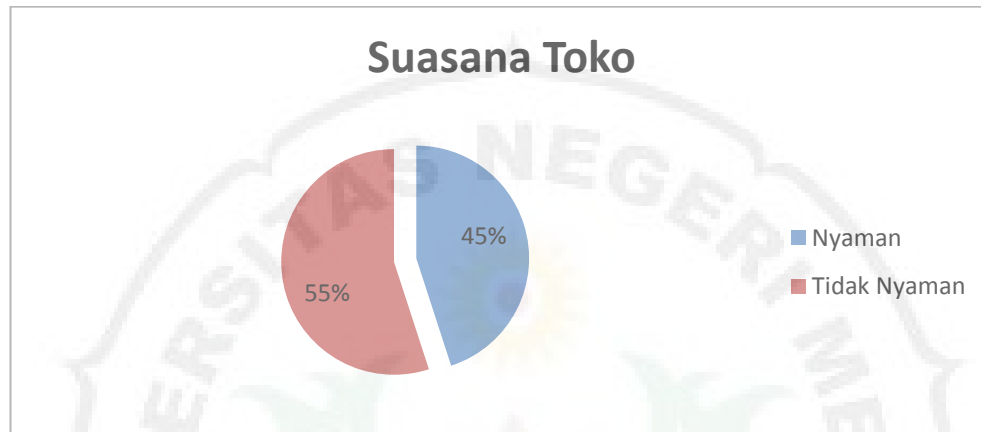
Peneliti melakukan pra survei untuk mengetahui penilaian konsumen mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor persepsi harga dan suasana toko. Pra survei dilakukan pada tanggal 9 Desember sampai dengan 11 Desember 2016 kepada 20 orang konsumen yang telah melakukan pembelian produk minimal satu kali di Alfamidi Iskandar Muda.

Gambar 1. Hasil PraSurvei Persepsi Harga Alfamidi Cabang Iskandar Muda Medan



Pra survei dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada konsumen tentang persepsi harga. Adapun pertanyaan yang diberikan yaitu bagaimana anggapan konsumen dengan harga yang diberikan oleh Alfamidi Iskandar Muda. Hasil Prasurvei menunjukkan sebanyak 12 orang konsumen (60%) menyatakan bahwa konsumen memiliki persepsi harga yang tidak puas terhadap produk Alfamidi dan sebanyak 8 orang konsumen (40%) menyatakan bahwa konsumen memiliki persepsi harga yang puas terhadap Alfamidi.

Gambar 2. Hasil praSurvei Suasana Toko Alfamidi Cabang Iskandar Muda Medan



Pra survei yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada konsumen tentang suasana toko. Adapun pertanyaan yang diberikan yaitu seperti bagaimana tata letak produk di Alfamidi, bagaimana pelayanan karyawan dan bagaimana dengan fasilitas yang ditawarkan. Hasil pra survei menunjukkan sebanyak 11 orang konsumen (55%) menyatakan bahwa suasana toko Alfamidi tidak nyaman seperti tata letak produknya yang kurang rapi dan pelayanan karyawan yang kurang baik. Sedangkan sebanyak 9 orang konsumen (45%) menyatakan suasana toko di Alfamidi nyaman.

Adanya berbagai keluhan dari para konsumen mengenai Alfamidi diatas baik yang terdapat pada surat pembaca ataupun wawancara yang dilakukan oleh peneliti sendiri, menjadi dasar masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Masalah ini memerlukan adanya sebuah tanggapan dan evaluasi yang baik dari Alfamidi agar bisa tetap unggul ditengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Berdasarkan beberapa uraian diatas dan setelah dilakukannya pra survei maka peneliti tertarik melakukan penelitian di Alfamidi. Oleh karena itu peneliti

melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Persepsi Harga dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Alfamidi Cabang Iskandar Muda**, Sehingga melalui penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Adanya perbedaan harga pada label dan pada saat dikasir.
2. Banyaknya pesaing yang mendirikan usaha yang sejenis dengan Alfamidi.
3. Sebagian karyawan Alfamidi kurang ramah dalam melayani pembeli.
4. Penataan produk Alfamidi kurang rapi dan menarik.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka perlu diadakan batasan masalah. Batasan masalah diperlukan untuk menghindari terjadinya kesimpangsiuran atau kesalahan persepsi. Adapun pembatasan masalah yang diteliti adalah pada keputusan pembelian konsumen dan variabel persepsi harga dan suasana toko, karena persepsi harga dari setiap konsumen berbeda-beda tergantung kemampuan konsumen dan suasana toko menjadi faktor yang penting dalam suatu perusahaan untuk menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan pokok masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi cabang Iskandar Muda?
2. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi cabang Iskandar Muda?
3. Apakah persepsi harga dan suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamisi cabang Iskandar Muda?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini berguna untuk menjawab segala permasalahan tersebut. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi cabang Iskandar Muda.
2. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi cabang Iskandar Muda.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi cabang Iskandar Muda.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi bagi perusahaan Alfamidi untuk lebih memahami bagaimana peran dan pengaruh persepsi harga, keragaman produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian. Selain itu dapat membantu perusahaan dalam mengambil kebijakan yang tepat untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

2. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini secara langsung penulis dapat mengetahui praktik yang terjadi di lapangan sehingga dapat dijadikan sarana meningkatkan kemampuan diri untuk kepentingan dan pengembangan usaha kedepannya.

3. Bagi UNIMED

Sebagai tambahan literatur pembelajaran di perpustakaan UNIMED khususnya di bidang pemasaran.

4. Bagi Pihak Lain

Dengan hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.