

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kementerian Perdagangan menilai prospek bisnis ritel modern saat ini masih cukup menjanjikan. Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan Suhanto mengatakan prospek bisnis ritel modern tahun ini secara umum masih menunjukkan tren yang positif. “Hal ini dapat terlihat dari perkembangan pertumbuhan konsumsi barang yang menjadi kebutuhan sehari-hari FMCG, karena FMCG merupakan jenis produk yang menjadi andalan penjualan ritel,” ujarnya saat dihubungi Bisnis.com, Senin (26/8/2019).

Dengan mengutip data Nielsen, Suhanto menjabarkan bahwa pertumbuhan konsumsi FMCG selama bulan April 2018—April 2019 tumbuh positif sebesar 1,8%. Meskipun masih bertumbuh di bawah inflasi, capaian tersebut lebih baik dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya tumbuh sebesar 1%. Adapun, lanjutnya, konsumsi FMCG di ritel modern tumbuh sebesar 6,6% dengan rincian untuk format minimarket tumbuh sebesar 12,1% sedangkan untuk format supermarket dan hypermarket tumbuh negatif sebesar -6,8%.

Data ini dapat diartikan bahwa saat ini masyarakat lebih suka berbelanja kebutuhan sehari-hari di toko swalayan yang berformat minimarket karena lokasinya lebih dekat dengan pemukiman, lebih praktis karena tanpa harus mengelilingi area belanja yang luas untuk mencari barang yang ingin dibeli Hal ini dapat diartikan bahwa masyarakat sudah banyak beralih berbelanja FMCG di ritel modern. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190826/12/1141225/kemendag-industri-ritel-modern-masih-menunjukkan-tren-positif>(Diakses 2019).

Banyak gerai minimarket yang terbilang menguasai pasar dan mampu merambah ke seluruh nusantara, bahkan banyak perusahaan ritel yang terus

melakukan ekspansi pada daerah-daerah potensial di pelosok negeri. Salah satu minimarket yang ikut serta bersaing di sini adalah Minimarket Alfamidi yang berada di daerah Sedati Sidoarjo. Ritel ini di kelilingi banyak pesaing sejenis yang berkelas nasional seperti Alfamart dan Indomaret, serta banyaknya toko kelontong di sekitar minimarket yang tentu berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan.

Para pelaku bisnis ritel di tuntutan untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Pelaku bisnis diharapkan mampu untuk memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para Konsumen Karena konsumen saat ini sudah mulai kritis dan cerdas dan memilih produk mana yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaatnya untuk mereka.

Untuk menambah peningkatan laba bagi pebisnis retail, ada beberapa faktor yang perlu di perhatikan seperti, persepsi harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk merupakan faktor yang sensitif bagi konsumen karena konsumen selalu melakukan berbagai pertimbangan ketika hendak melakukan pembelian.

Pertimbangan seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian suatu produk atau untuk memilih dimanana akan membeli sebuah 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. Zulkifli (2012:102) menjelaskan Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.

Faktor persepsi harga mempengaruhi kemampuan daya belikonsumen untuk berbelanja. Satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan sedangkan ketiga unsur lainnya

(produk, distribusi, dan promosi) menimbulkan biaya pengeluaran. Menurut Simamora (2013:46) Penetapan harga sering menjadi persoalan yang rumit bagi perusahaan, karena penetapan harga akan menjadi persepsi bagi konsumen, tepatnya persepsi harga bagi konsumen.

Faktor kualitas pelayanan pun perlu di pertimbangkan demi meningkatkan daya tarik konsumen untuk memutuskan tempat dimana akan berbelanja. Sebagian ahli mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan sering dijadikan patokan konsumen agar terjadi keputusan pembelian dimana pelayanan yang diberikan dapat membuat calon konsumen tertarik untuk membelinya (Kotler & Keller 2012). Alfamidi di duga telah memberikan pelayanan terbaik

Keragaman produk juga memiliki peranan yang sangat penting untuk diperhatikan, guna untuk mencegah sikap bosan konsumen dalam berbelanja. Restu (2015), pengaruh *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen mirot batik yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Pelaku usaha juga harus mampu menerapkan keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang disediakan. Karena dengan bermacam-macam produk yang disediakan dalam artian produk yang lengkap, akan mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan transaksi pembelian. Hal tersebut dapat memuaskan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Berdasarkan data diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa bisnis ritel di Sidoarjo memiliki beberapa uraian dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP**

KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ALFAMIDI KECAMATAN SEDATI SIDOARJO”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas, muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi kecamatan Sedati Sidoarjo?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi kecamatan Sedati Sidoarjo?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi kecamatan Sedati Sidoarjo?
4. Apakah persepsi harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi kecamatan Sedati Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Menganalisa persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi kecamatan Sedati Sidoarjo.
2. Menganalisa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi kecamatan Sedati Sidoarjo.
- 3, Menganalisa keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi kecamatan Sedati Sidoarjo.
4. Menganalisa persepsi harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi kecamatan Sedati Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi aspek akademis.

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan ilmu manajemen yang di peroleh dari perkuliahan.

2. Bagi aspek pengembangan ilmu pengetahuan.

Penelitian ini dapat di gunakan sebagai acuan penelitian-penelitian berikutnya yang sama dan dapat memperbaiki dan meyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini, dan dapat menunjukkan manfaat dari penelitian ini bagi semua orang yang membutuhkan ilmu di bidang yang sejenis.

3. Bagi aspek praaktis.

Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai masukan yang dapat dipertimbangkan oleh Alfamidi mengenai sejauh mana efek dari persepsi harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian.