

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini persaingan antar perusahaan bidang perdagangan atau Retail semakin tajam, baik dalam pasar Domestik maupun pasar Internasional sehingga perusahaan dituntut untuk terus menerus mampu mengembangkan diri secara proaktif. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat ini, maka sebaiknya para pengusaha ritel lebih memperhatikan tingkat strategi pemasaran yang mereka terapkan. Pengetahuan tentang pelanggan merupakan kunci dalam merencanakan suatu strategi pemasaran suatu perusahaan, tidak terkecuali pada bisnis ritel. Pelanggan dapat menjadi aset perusahaan yang paling berharga, sehingga perusahaan perlu untuk menciptakan sekaligus menjaga nilai tersebut.

Pelaku usaha bisnis ritel berlomba melakukan berbagai strategi pemasaran, hal tersebut dilakukan agar bisa meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan benar-benar bisa meningkatkan target setiap perusahaan ritel tersebut. Keputusan pembelian terhadap produk pada suatu perusahaan Retail sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen sehingga dalam melakukan penjualan perlu di perhatikan hal tersebut (Grifint dan Ebert dalam Imam Santoso, 2016:56). Keputusan pembelian dapat dipengaruhi banyak faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dimana kualitas produk serta harga promosi tersebut sesuai dengan ekspektasi konsumen, hal tersebut menimbulkan rasa puas pada konsumen sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen untuk melakukan pembelian ulang (Kotler dan Gerry dalam Imam Santoso, 2016:78). Keputusan pembelian adalah rangkaian aktifitas yang sesuai keinginan konsumen juga dapat menimbulkan pengaruh lainnya dimana konsumen tersebut akan merekomendasikan produk yang kita jual kepada orang

lain (Griffin dalam Imam Santoso, 2016) dimana terciptanya konsumen baru dan juga konsumen loyal bagi perusahaan PT. ACE HARDWARE Indonesia, Tbk. Didirikan pada tahun 1995 oleh PT. Kawan Lama Sejahtera dan membuka Gerai pertamanya pada tahun 1996 di Karawaci. Saat ini PT. ACE HARDWARE telah diakui sebagai perusahaan terkemuka di sector ritail *home improvement* dan *lifestyle*. PT ACE HADRWARE mengoperasikan jaringan gerai modern di semua cabang dengan menyediakan produk-produk dengan kualitas tejamin dan harga promosi yang cocok untuk masyarakat Indonesia. Perusahaan ini memiliki keunikan produk tersendiri, baik dari segi harga yang cukup terjangkau dan kualitas yang tidak kalah bersaing memungkinkan adanya sebuah kompetisi didalam dunia usaha yang semakin marak menyebabkan konsumen mempunyai pilihan yang semakin beragam terhadap produk yang mereka butuhkan.

Keputusan pembelian setiap individu merupakan sebuah rangkain proses pengambilan keputusan berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang disokong oleh beberapa faktor yaitu diantaranya Atmosfer toko, melalui Atmosfer toko yang dengan sengaja di ciptakan para pelaku usaha Ritail berusaha untuk menyampaikan sebuah informasi yang berkaitan erat hubungan dengan pelayanan yang diberikan, harga produk yang dijual belikan, maupun ketersediaan barang dagangan yang bersifat *fashionable*. Menurut Berman dan Evans (2016 ; 219-228) memilah elemen atmosfer toko mejadi empat elemen, yaitu : *exterior, general interior, store layout, dan interior display*. Keempat elemen tersebut masing-masing memiliki peranan yang sangat erat dalam mempengaruhi serta menyokong pengambilan keputusan pembelian setiap konsumen.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian adalah potongan harga atau *price discount*. Masih banyak konsumen di dunia yang menganggap bahwasanya potongan pada suatu produk sangat diperlukan,

karena kebutuhan akan barang lainnya akan mempengaruhi suatu proses pembelian, sehingga potongan harga masih di anggap sesuatu proses kegiatan dalam pemasaran hal ini dikenal dengan istilah *price discount*. Potongan harga atau *price discount* adalah potongan harga apabila pembayaran dilakukan lebih cepat daripada jangka waktu kredit (Soemarso dalam Septian Wahyudi, 2017:276). Sehingga potongan harga merupakan pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu, dalam hal ini pembeli memperoleh harga yang lebih rendah dari harga yang harus dibayar. Potongan harga seringkali digunakan untuk meningkatkan volume penjualan karena hal ini sangat efektif untuk membuat konsumen mengambil keputusan pembelian.

Kualitas Produk adalah hal yang selanjutnya menjadi faktor keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada era globalisasi seperti ini sebagian konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik dan harga terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu. Kualitas adalah totalitas bentuk dan karakteristik barang yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dari konsumen (Ariyoto dalam Hariyadi Singgih Putra, 2017:88). Dengan kualitas produk yang baik maka dapat membuat reputasi perusahaan akan naik, perusahaan yang menghasilkan suatu produk yang berkualitas akan mendapatkan predikat sebagai perusahaan yang mengutamakan kualitas dibanding perusahaan pesaing serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat luas.

Oleh karena itu, pentingnya kualitas produk harus diupayakan secara serius guna menciptakan *brand image* perusahaan yang kuat. Di sisi lain perusahaan harus berusaha mendapatkan tanggapan dari konsumennya mengenai kualitas produk yang telah diberikan apakah sudah memenuhi harapan konsumen seperti yang diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas maka timbul pemikiran penulis untuk melakukan penelitian untuk mengetahui masalah konsumen dan mengambil judul :“ **Pengaruh Atmosfer Toko, Potongan Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi kasus di PT. ACE Hardware cabang BG Junction Surabaya).**

1.2 Rumusan masalah

Dengan melihat dari latar belakang yang sudah di uraikan terdapat beberapa rumusan masalah. Antara lain :

1. Apakah Atmosfer Toko, Potongan Penjualan, dan kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT. ACE Hardware cabang BG Junction ?
2. Apakah ada pengaruh Atmosfer Toko secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT. ACE Hardware cabang BG Junction Surabaya ?
3. Apakah ada pengaruh Potongan Harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT. ACE Hardware cabang BG Junction ?
4. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT. ACE Hardware cabang BG Junction ?
5. Manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian di PT. ACE Hardware cabang BG Junction Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan melihat dari rumusan masalah yang sudah di uraikan terdapat beberapa tujuan penelitian. Antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh atmosfer toko, potongan harga, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT. ACE Hardware cabang BG Junction.
2. Untuk mengetahui pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian di PT ACE Hardware cabang BG Junction .
3. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian di PT ACE Hardware cabang BG Junction .
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT ACE Hardware cabang BG Junction .
5. Untuk mengetahui variabel bebas mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian di PT. ACE Hardware cabang BG Junction.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Aspek Akademis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan, pengetahuan, pengalaman dan mengembangkan secara ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran untuk mengimplementasikan teori yang telah dipelajari selama ini.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Pada penelitian ini dapat memberikan saran atau masukan untuk bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengambil topik sama yang terkait

dengan manajemen pemasaran khususnya masalah atmosfer toko, potongan harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3. Aspek Praktis

Dari penelitian ini dapat berguna untuk mengetahui dengan cara apa sebenarnya perusahaan dapat menjual produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang harus diambil dalam mencapai target perusahaan