

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Terkait ketatnya persaingan, keberhasilan bisnis tergantung pada penilaian perusahaan dalam mengidentifikasi aset individu dalam upayanya untuk menerima dan memakai barang ataupun jasa, meliputi peluang pembelian serta waktu merogoh keputusan. Tidak sedikit perusahaan yang berupaya unggul dalam persaingan lewat pemanfaatan peluang usaha yang terjadi, serta melaksanakan penerapan taktik pemasaran secara sempurna agar berkuasa pada pasar itu. Diantara tujuan perusahaan yakni menjaga eksistensi perusahaan agar mampu meraih pertumbuhan yang konstan.

Perusahaan bertujuan untuk menangkap pangsa pasar menggunakan majemuk taktik pemasaran dan layanan dengan tujuan akhir mencapai laba yang besar dan menggunakan operasional yang efisien. Atau pun dikatakan, pemasaran termasuk bagian aktivitas yang dilaksanakan perusahaan untuk bertahan dan mengembangkan usahanya pada era persaingan usaha yang semakin ketat.

Merujuk gambaran Kotler serta Armstrong (2016: 177) sebagian atas perilaku konsumen ialah keputusan pembelian. merupakan, pembelajaran tentang bagaimana organisasi, gerombolan serta perseorangan membeli, memilih, juga mempergunakan dan bagaimana produk, pengalaman, inspirasi ataupun jasa memenuhi keinginan serta kebutuhannya. Keputusan pembelian merupakan sikap seorang konsumen tentang apakah hendak melaksanakan pembelian sebuah produk ataukah tidak. Ada beragam faktor yang berdampak pada keputusan pembelian mengenai metode pemasaran, contohnya harga, lokasi, produk, promosi, talenta, proses, serta bukti bertenaga. Studi ini hanya melihat dua faktor yang berdampak di keputusan pembelian : produk dan harga. kedua faktor

tersebut ini perbandingan kuat konsumen dalam merogoh keputusan pembelian yang dampaknya yakni mampu menghasilkan konsumen makin loyal.

Kinerja keputusan pembelian konsumen suatu perusahaan berada di tingkat penjualan. waktu banyak konsumen berbelanja di toko Rinjaya, akibat yang disebabkan artinya taraf penjualan, imbal yang akan terjadi, dan menggunakan demikian laba, dan sebaliknya.

Mengacu pelaksanaan observasi oleh peneliti apabila dilaksanakan perbandingan menggunakan harga yang disediakan oleh indomaret, alfamidi dan kecil market homogen makai toko rinjaya dikatakan lebih murah. akan tetapi Jika perbandingannya menggunakan toko harga grosir ataupun pasar swalayan yang cenderung lebih akbar maka harga pada Toko Rinjaya dikatakan lebih mahal. Hal itu yang mendorong konsumen dalam melaksanakan perbandingan harga serta menentukan kawasan berbelanja itu. Jumlah konsumen pada Toko Rinjaya per harinya adalah 110 orang, dan Jika perbandingannya menggunakan Indomaret konsumen setiap hari lebih kurang 70-100 orang. dan setiap hari konsumen pada grosir selamat berskisar 50-70 orang. Bila dipandang berdasar dari jumlah konsumen yang melaksanakan perbelanjaan setiap harinya diantara ketiga toko ini memiliki perbedaan yang tidak teralu jauh. dan pertimbangan konsumen yang sangat fundamental ketika berbelanja merupakan yang paling sensitif asal semua faktor lainnya. Disamping itu, produk yang dijual pada 3 toko ini mempunyai kualitas dan variasi yang sama, sebagai akibatnya konsumen terus membandingkan harga dan harga menjadi sangat berpengaruh. menggunakan cara ini, Jika setiap toko mempunyai diskon , konsumen akan lebih mempunyai ketertarikan dalam melakukan belanja pada toko dengan bonus tersebut. Pengurangan Indomaret atau Alfamidi setiap hari Jumat, Sabtu serta Minggu, berdampak pada bertambahnya jumlah konsumen Indomaret atau Alfa Midi di

akhir pekan. Toko Rinjaya memberikan bonus harian, namun karena produknya tidak selaras, pembelian konsumen juga sangat menarik.

Faktor lainnya yang juga perlu diperhatikan konsumen ketika melakukan pemilihan tempat berbelanja ialah integritas produk yang ditawarkan. Integritas pada sini adalah wacana banyak sekali macam produk yang ditawarkan, berbagai ukuran, berbagai merek dan ketersediaan. berasal produk sehari-hari.

Dipaparkan Kotler, produk ini mempunyai definisi yang luas wacana apa yang dimiliki, digunakan ataupun dikonsumsi untuk memuaskan kebutuhan serta asa fisik, untuk layanan, secara pribadi, kawasan atau organisasi, fungsi, inspirasi, dll. Itu berarti. Integritas produk berarti membeli produk yang konsisten menggunakan operasi yang dikelola toko dan mengirimkannya ke toko pada ketika, jumlah, serta harga yang sempurna guna memenuhi tujuan toko.

Toko Rinjaya tergolong salah satu toko yang lengkap karena didalamnya dijual produk sembako, minuman dan camilan, dan produk kebutuhan sehari-hari. Berdasar segi kelengkapan produk yang ada, Toko Rinjaya lebih unggul dari pada Toko sejenis yang lainnya. akan tetapi, masih ada kekurangan unsur-unsur yang mendukung integritas produk. artinya, Jika terjadi kekurangan, tidak segera dilakukan penggantian atau persediaan. Manajemen persediaan Toko Rinjaya masih kurang baik. Hal ini menghasilkan beberapa konsumen kecewa dengan kinerja Toko Rinjaya.

Desa Pulungan terdiri dari orang-orang berasal aneka macam kelas sosial, kepercayaan, latar belakang, pekerjaan dan pendapatan. oleh sebab itu, terdapat poly tanggapan terhadap situasi ketika ini, namun mereka jelas berbeda karena faktor permintaan. Meski daya beli menurun, warga permanen berusaha membeli kebutuhan. Konsumen tak dapat tanggal berasal suasana pasar karena pasar adalah daerah jual beli barang kebutuhan utama dan kebutuhan tambahan sejenisnya. pada pasar, konsumen dapat melaksanakan pembelian menyesuaikan

kebutuhannya. Pulungan pula termasuk desa dengan banyak toko kecil atau contoh serta grosir. pada sini Anda akan menemukan data toko, grosir dan supermarket kecil pada Desa Pulungan.

Merujuk observasi beragam faktor yang berdampak di keputusan pembelian yang ada, menandakan Toko Rinjaya yang alamatnya Jl. A.Faqih Desa Pulungan ini berupaya agar senantiasa mampu mencitakan keunggulan kompetitif daripada para pesaing. Toko yang melaksanakan penjualan barang kebutuhan sehari-hari dengan operasional di wilayah Pulungan ini berupaya menyediakan barang agar mampu pada kompetitif yang unggul makin terdapat daripada para pesaing. Toko ini pula berupaya supaya kepuasan konsumen senantiasa meningkat berasal masa ke masa lewat majemuk seni manajemen yang mampu menjadi penunjang usaha didalamnya. Diantara persaingan yang makin ketat bagi pelaku bisnis berjenis ini memuntut sebuah usaha yang keras untuk menjaganya berasal beragam perjuangan pada Indonesia secara umum dan khususnya pada Desa Pulungan.

Lalu ada pemikiran bagaimana seluruh faktor ini saling berkelanjutan, karena itu berdampak di keputusan pembelian yang lalu dampaknya di minat beli ulang. sesuai uraian tersebut maka peneliti tertarik supaya melaksanakan penelitian yang judulnya : “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Berdampak pada Loyalitas Konsumen di Toko Rinjaya”

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk latar belakang sekaligus identifikasi masalah yang sudah dipaparkan, dirumuskan masalahnya untuk penelitian ini yakni:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Rinjaya?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Rinjaya?
3. Apakah keputusan pembelian berpengaruh untuk loyalitas konsumen di Toko Rinjaya?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh untuk loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian konsumen di Toko Rinjaya?
5. Apakah harga berpengaruh untuk loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian konsumen di Toko Rinjaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk latar belakang permasalahan dan rumusan penelitian, adapun tujuan yang dikehendaki peneliti yakni :

1. Guna mengetahui pengaruh dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Rinjaya.
2. Guna mengetahui pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Rinjaya.
3. Guna mengetahui pengaruh dari keputusan pembelian terhadap loyalitas konsumen di Toko Rinjaya.
4. Guna mengetahui efek berasal kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian konsumen di Toko Rinjaya.
5. Guna mengetahui pengaruh dari harga terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian konsumen di Toko Rinjaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Untuk penelitian yang dilaksanakan harapannya bisa digunakan atau dimanfaatkan untuk tujuan sebagai berikut:

1. berdasarkan peneliti, dalam rangka peningkatan keterampilan menulis serta pengalaman berpikir sebagai akibatnya dapat memperoleh pengetahuan serta tahu cara belajar. dampak yang signifikan. harga serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta berdampak pada loyalitas konsumen.
2. Dalam hal keilmuan, penelitian ini menjadi dasar untuk melaksanakan pengembangan contoh penelitian wacana akibat disiplin kerja dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan yang lebih komprehensif untuk berbagai tujuan.

Bagi peneliti selanjutnya, sebagai dorongan untuk terus memuntuk karya serta memberi tambahan wawasan dan dijadikan referensi serta bahan pertimbangan untuk para peneliti berikutnya waktu melaksanakan penelitian yang bekerjasama dengan impact produk dan harga terhadap keputusan pembelian dan dampak di konsumen yang makin loyal.