

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Usaha mini market dewasa ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti semakin banyak mini market yang merambah diberbagai tempat. Seperti mini market Ceriamart yang mulai muncul di setiap daerah sekitar lebih dari 100 cabang di antaranya jakarta, bogor, tangerang dan bekasi. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa intensitas persaingan dalam bisnis mini market semakin kuat. Jenis mini market seperti ini umumnya berada di lokasi yang strategis.

Perkembangan industri ritel Indonesia kini semakin semarak. Kehadiran para pelaku usaha ritel modern telah memberi warna tersendiri bagi perkembangan industri ritel Indonesia. Kehadiran para pelaku usaha ini, bagi konsumen Indonesia di satu sisi memang sangat menggembirakan. Konsumen dimanjakan dengan berbagai hal positif terkait dengan kenyamanan saat berbelanja, keamanan, kemudahan, variasi produk yang semakin beragam, kualitas produk yang terus meningkat dan tentu saja harga produk yang menjadi lebih murah karena hadirnya persaingan.

Pesatnya perkembangan perekonomian saat ini diikuti juga berkembangnya berbagai tempat perbelanjaan modern di berbagai kota besar di Indonesia. Beberapa tempat perbelanjaan antara lain Indomaret, Alfamart, Circle K, Ceriamart, Kita Mart, dan sebagainya. Semua itu tidak terlepas dari keunggulan-keunggulan yang ditawarkan oleh masing-masing pusat perbelanjaan tersebut, misalnya menawarkan keunggulan berupa kebersihan, kenyamanan, harga, promosi yang menarik, produk-produk pilihan, kelengkapan produk, interior display yang menarik serta pembeli dapat memilih sendiri barang-barang yang sesuai dengan keinginan dan selera pribadi. Dengan adanya berbagai macam bisnis ritel yang berkembang,

menjadikan persaingan bisnis ritel yang sangat ketat. Perkembangan bisnis ritel ini juga tidak terlepas dari semakin meningkatnya kebutuhan manusia sehari-hari serta kegiatan belanja yang dilakukan oleh konsumen.

Sehingga persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Kehadiran para pelaku ritel minimarket telah memberi warna tersendiri bagi perkembangan industri Indonesia. Kehadiran para pelaku ritel ini bagi konsumen Indonesia disatu sisi memang sangat menggembirakan. Konsumen dimanjakan dengan berbagai hal positif terkait dengan kenyamanan saat berbelanja, kemudahan berbelanja, variasi produk yang semakin beragam, iklan yang menarik, dan harga produk yang menjadi lebih murah karena hadirnya persaingan.

Konsumen sebelum melakukan pembelian, biasanya terlebih dahulu memilih dan menentukan tempat belanja yang sesuai dengan yang mereka inginkan. Pada umumnya pemilihan ini didasari pada enam faktor retailing mix, yaitu produk, harga, promosi, lifestyle, kualitas pelayanan, suasana toko, dan lokasi. Peritel harus mengkombinasikan faktor-faktor retail mix untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk yang di jual.

Dalam kebutuhan sehari-hari kehadiran minimarket dalam menawarkan suatu produk merupakan suatu hal yang di nantikan oleh konsumen untuk mempermudah dalam mendapatkan produk yang dibutuhkan. Dalam menjual produknya peritel harus teliti dengan kondisi produk yang di jualnya seperti pada contoh kasus yang di temukannya sejumlah minimarket menjual produk yang sudah tidak layak untuk di konsumsi, fenomena ini tentunya sangat meresahkan konsumen dalam membeli produk karena dapat membahayakan kesehatan tubuh bagi yang mengkonsumsinya (<http://poskotanews.com>).

Selain produk yang di tawarkan, harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan harga yang ditawarkan tinggi konsumen mengasumsikan banyak produk tersebut bagus, begitu pula sebaliknya dengan harga yang di tawarkan rendah sering menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian. Konsumen akan sangat detail dan teliti dalam melihat harga untuk melakukan keputusan pembelian terutama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Penampilan minimarket menjadi suatu pertimbangan terhadap citra bagi suatu minimarket di benak konsumen. Suasana toko dengan desain tata letak yang baik sangat berpengaruh untuk merangsang respon dan persepsi konsumen serta untuk mempengaruhi konsumen dalam membeli. Kenyamanan serta keamanan dalam berbelanja merupakan salah satu faktor yang penting bagi konsumen seperti pada kasus minimarket yang juga berfungsi sebagai mini cafe, dengan adanya mini cafe tersebut banyak keluhan dari masyarakat sekitar karena sering terjadinya keributan antar pelajar yang sedang berkumpul di minimarket tersebut dan membuat konsumen lain merasa tidak nyaman dan tidak aman pada saat berbelanja disana. Dengan adanya hal tersebut secara tidak langsung akan merusak citra perusahaan ritel di benak konsumen (<http://jogjakartanews.com>).

Untuk perusahaan yang berorientasi pada pasar, maka pada umumnya akan menghadapi masalah dalam bidang pemasaran. Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, memungkinkan perusahaan menghasilkan produk dan jasa tersebut tidak ada artinya apabila tidak diimbangi dengan kemampuan untuk memasarkan produk dan jasa tersebut kepada konsumen. Dengan demikian kegiatan pemasaran harus direncanakan terlebih dulu sebelum melaksanakan kegiatan yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan konsumen tersebut, pemasar harus menganalisis perilaku pembelian konsumen karena reaksi pembeli terhadap strategi pemasaran perusahaan memiliki dampak yang besar terhadap keberhasilan perusahaan. Bisnis ritel ini bertujuan untuk mendapatkan untung yang besar dan dapat bertahan di tengah persaingan peritel yang lain. Untuk perusahaan yang berorientasi pada pasar, maka pada umumnya akan menghadapi masalah

dalam bidang pemasaran. Namun tidak hanya dari segi produk saja perusahaan akan mampu bertahan di pasar, ada beberapa faktor lain yang memiliki peranan penting bagi kelangsungan perusahaan di antaranya pengaruh harga, iklan, lifestyle dan lokasi. Dalam hal pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dalam pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing Suri Amilia (2016).

Membangun ataupun mengembangkan bisnis saat ini merupakan poin penting yang harus diketahui oleh para pemilik bisnis agar mereka dapat mempertahankan eksistensi bisnis yang telah dijalankan. Ada beberapa alasan kenapa para pebisnis sebaiknya turut mengembangkan bisnis mereka melalui media digital dan alasan yang paling kuat adalah karena pada era digital saat ini persebaran informasi bisa dilakukan lebih cepat, lebih mudah dan tentunya jauh lebih murah. Di dalam bisnis hanya ada dua hal, pemasaran dan inovasi, tanpa salah satunya maka bisnis tidak akan bisa berkembang ataupun hanya sekedar bertahan Feti Fatimah (2017).

Kelangsungan usaha ritel sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam memberikan pelayanan secara memuaskan terhadap kebutuhan konsumen. Ceriamart adalah salah satu minimarket yang berdiri dengan harga dan kualitas yang sangat baik. Perbedaan Ceriamart dengan minimarket lainnya ada pada harga yang lebih terjangkau murah, dan produk yang bervariasi contohnya sabun, shampo, dan lain sebagainya. Berikut adalah perbedaan harga Ceriamart dan minimarket lainnya :

No.	Produk	Ceriamart	Minimarket Lainnya
1.	Sikat Gigi	Rp 6.000,-	Rp 7.800,-
2.	Minyak Goreng	Rp 23.500,-	Rp 25.000,-
3.	Pasta Gigi	Rp 10.500,-	Rp 13.500,-
4.	Balsem	Rp 5.900,-	Rp 9.700,-

Sumber : Artikel Kreditgogo (2016)

Selama dapat memenuhi kebutuhan serta memberikan kepuasan kepada konsumen maka keberadaan usaha ritel dapat dipertahankan. Apabila ingin tetap bisa bertahan dan bersaing serta ingin mengembangkan bisnisnya, suatu perusahaan harus mampu menerapkan strategi yang tepat untuk dapat menarik lebih banyak konsumen.

Memahami perilaku konsumen penting sekali bagi perusahaan, pemasar, maupun biro iklan. Pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa konsumen melakukan keputusan pembeliannya akan dapat membantu pasar untuk membuat keputusan-keputusan yang tepat dalam menentukan strategi pemasarannya. Hal ini disebabkan karena pada umumnya konsumen bersikap selektif terhadap suatu produk yang dipasarkan, ini berarti tidak semua produk yang dipasarkan produsen, akan diterima atau menimbulkan respon untuk membelinya.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Ceriamart?
2. Apakah iklan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Ceriamart?
3. Apakah lifestyle memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Ceriamart?
4. Apakah lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Ceriamart?
5. Apakah harga, iklan, lifestyle (gaya hidup) dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian

### **1.3.Tujuan Penelitian**

Maka berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar:

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Ceriamart
2. Pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian konsumen di Ceriamart.
3. Pengaruh lifestyle (Gaya Hidup) terhadap keputusan pembelian konsumen di Ceriamart.
4. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Ceriamart.
5. Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle (Gaya Hidup dan Lokasi terhadap pembelian konsumen di Ceriamart.

### **1.4.Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Menjadi bahan pertimbangan, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengevaluasi dalam menerapkan harga, iklan, lifestyle, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai bentuk penerapan bauran pemasaran pada mini market.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat kepada mini market karena dapat membantu perusahaan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat keuntungan dalam investasinya sehingga dapat melakukan evaluasi dan dapat membuat keputusan yang lebih tepat.

