

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti saat ini persaingan dalam dunia usaha menjadi sangat ketat. Perusahaan berlomba-lomba untuk dapat terus bersaing dan bertahan di dunia bisnis. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya berbagai bisnis perbelanjaan di kota maupun merambah sampai di daerah-daerah. Kehadiran berbagai macam swalayan saat ini dapat memberikan pilihan yang tidak terbatas pada konsumen untuk menentukan tempat belanja yang diinginkan.

Pasar modern (ritel) yang berkembang sekarang ini memberikan banyak alternatif pada konsumen sebagai tempat untuk berbelanja. Alternatif yang begitu banyak menyebabkan pasar modern (ritel) seperti pasar swalayan harus memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengambil keputusan memilih tempat berbelanja yang baik menurut mereka, dan keputusan yang dibuat oleh konsumen akan menentukan sebuah kesuksesan pasar modern (ritel).¹

Syarat yang harus di penuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah mencapai tujuan tersebut dengan mengimplementasikan pelayanan yang baik dan mempertahankan pelanggan dengan membuat citra yang baik di benak konsumen yang nantinya akan menimbulkan loyalitas yang berkelanjutan. Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang serta jasa yang diinginkan konsumen. Kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau sebagai atribut dalam kelengkapan produk seperti harga,

¹James, Roger, Dan Paul, *Perilaku Konsumen Jilid 2, Edisi Keenam*, Binapura Aksara, Jakarta 1995.hal. 257.

produk, pelayanan umum, lokasi dan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli.²

Setiap konsumen pasti memiliki harapan bahwa tempat berbelanja yang dikunjungi mampu memberikan kepuasan bagi mereka. Sebagai contoh, yaitu tersedianya keragaman jenis barang dalam kondisi yang baik. Bagi sebuah pasar swalayan kelengkapan barang dagangan merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Semakin lengkap sebuah pasar swalayan maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk mereka.³

Keputusan pembeli tidak hanya mengandalkan tersedianya keanekaragaman produk saja tetapi faktor kualitas pelayanan dan kualitas produk juga merupakan faktor penting yang menentukan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Fasilitas pelayanan pasar swalayan yang baik, kemudahan pengambilan barang, penyerahan, kredit dan pelayanan barang secara menyeluruh merupakan pertimbangan-pertimbangan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu pasar swalayan. Kualitas layanan yang baik serta kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan untuk melakukan pembelian pada kesempatan berikutnya.⁴

Selain kualitas pelayanan faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen adalah faktor kualitas produk. Produk yang berkualitas bagus, terpercaya dan mempunyai nilai lebih maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

²Radix Carlyan, *Pengaruh Kelengkapan Produk, Kepercayaan, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Guyubrukun Tulungagung*, Jurnal Aetikel Skripsi Ekonomi Manajemen, Tahun 2015. hal. 01

³Armin Wakidah, *Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret*, Jurnal Artikel Manajemen, Vol. 1 No. 02, Tahun 2011.hal. 05.

⁴Radix Carlyan, *Op. Cit.*, hal. 02

Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian suatu produk.

Swalayan Luwes merupakan salah satu Swalayan di kota Pati yang kehadirannya dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh barang-barang yang dibutuhkan. Dalam Swalayan ini, untuk menciptakan keputusan pembelian pada konsumen sangatlah penting. Keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen berbeda antara individu satu dengan individu yang lain sehingga mengharuskan swalayan luwes untuk selalu dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kelengkapan produk.

Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian hendaknya dilakukan oleh Swalayan Luwes Pati, sebab dalam perkembangannya swalayan ini dalam 5 bulan terakhir mengalami peningkatan dan penurunan yang tidak stabil jumlah pengunjung. Jumlah pengunjung diketahui dari jumlah nota penjualan produk yang diberikan kepada pembeli. Berikut adalah data pengunjung Swalayan Luwes Pati yang melakukan pembelian pada bulan Juli – November 2016.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung yang Melakukan Pembelian Berdasarkan Nota Penjualan pada Swalayan Luwes Pati Bulan Juli – November 2016.

Bulan	Pengunjung	Peningkatan/Penurunan
Juli	8.025	-
Agustus	7.972	-53
September	7.864	-108
Oktober	8.219	+355
November	7.899	-320
Jumlah	39.979	-126
Rata-rata	7.996	-32

Sumber : Swalayan Luwes Pati tahun 2016

Pada tabel 1. 1 menunjukkan bahwa pengunjung swalayan luwes pati pada setiap bulannya rata-rata mengalami penurunan sebesar -32 pengunjung.

Penurunan terbesar adalah pada bulan november yaitu sebanyak -320 pengunjung. Walaupun pernah mengalami kenaikan pengunjung yaitu pada bulan oktober 2016. Banyak faktor yang mempengaruhi turunnya jumlah pengunjung antara lain yaitu banyak didirikan swalayan di kota pati yang mungkin memberikan pelayanan yang lebih baik, kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen secara menyeluruh, sehingga konsumen banyak alternatif pilihan dalam melakukan pembeliannya. Berdasarkan tabel 1. 1 alasan menggunakan data penelitian 5 bulan terakhir adalah karena 4 bulan terakhir mengalami penurunan dan hanya 1 bulan yang mengalami peningkatan.

Dalam penentuan dimana seseorang akan memutuskan pembelian terlihat bahwa kelengkapan produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang juga menentukan. Banyak pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu barang di tempat perbelanjaan. Misal dari segi kelengkapan produk, apakah produk yang ditawarkan Swalayan Luwes Pati sudah bervariasi dan sudah lengkap atau tidak dilihat dari persepsi konsumen. Dari segi kualitas produk, apakah di Swalayan Luwes Pati dalam hal produk atau barang yang ditawarkan berkualitas baik atau tidak. Dan dari segi kualitas pelayanan juga harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh karena hal ini menyangkut pemenuhan kebutuhan yang diinginkan konsumen.

Sebuah pasar swalayan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen dapat dicapai apabila konsumen merasa semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapatkan pelayanan yang dirasa konsumen cukup baik. Hanya yang menjadi kendala bagi pasar swalayan adalah bagaimana mencari titik temu antara barang-barang atau produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh pasar swalayandengan kebutuhan yang diperlukanoleh konsumen.

Kualitas produk yang baik, pelayanan yang baik dan tersedianya kelengkapan produk yang sesuai kebutuhan konsumen akan membawa swalayan mencapai kesuksesan dengan banyak pelanggan. Namun

kelengkapan produk yang ada di Swalayan Luwes Pati tidak serta merta sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen secara menyeluruh. Selain itu, melalui komunikasi langsung melalui konsumen didapat keluhan yang diterima dari sistem pelayanan seperti karyawan kurang berkomunikasi dengan konsumen, dan dari segi kelengkapan produk dimana menurut persepsi konsumen barang yang dijual di Swalayan Luwes Pati kurang begitu lengkap serta masih banyak konsumen yang membeli produk di pesaing atau swalayan lain.

Dari fenomena di atas, menjadi dorongan utama penulis untuk meneliti masalah kelengkapan produk, kualitas pelayanan serta kualitas produk yang ada di Swalayan Luwes Pati karena masih ada pelanggan yang kurang puas akan kelengkapan barang dan pelayanan di swalayan tersebut.

Penelitian terdahulu menemukan adanya pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wakidah yaitu bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti, jika kelengkapan produk yang diberikan sesuai maka akan mempengaruhi keputusan pembelian.⁵ Penelitian Puji, Eman Dan Herligiani menghasilkan penelitian bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.⁶ Thomson dan Ginting menghasilkan penelitian, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.⁷

Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya, diantaranya obyek penelitian yang berbeda yaitu obyek yang saya teliti adalah di Swalayan Luwes Pati. Dan penelitian yang saya lakukan menggunakan empat variabel dimana terdapat tiga variabel

⁵Armin Wakidah, *Op. Cit.*, hal. 19.

⁶Puji, Eman Dan Herligiani, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone BlackBerry Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang*, Jurnal Manajemen Vol. 09 No. 04, Juli 2012. hal. 861.

⁷Thomson Dan Ginting, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Manajemen. hal. 20.

independen yaitu kelengkapan produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan variabel dependen keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Swalayan Luwes Pati”**.

B. Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini yang dijadikan sampel penelitian adalah konsumen yang pernah membeli produk di Swalayan Luwes Pati.
2. Membatasi variabel yang digunakan yaitu, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Luwes Pati?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Luwes Pati?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Luwes Pati?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan yang dapat memecahkan masalah yang sesuai dengan rumusan masalah diatas. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Luwes Pati.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Luwes Pati.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Luwes Pati.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kegunaan atau manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Kalangan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan akademis, khususnya dibidang Manajemen Bisnis Syariah yang dapat digunakan sebagai bahan dasar dan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

- b. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yaitu untuk menambah informasi sumbangan pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian mengenai faktor kelengkapan produk, kualitas pelayanan, kualitas produk serta keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, serta dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi kinerja perusahaan.

- b. Bagi Masyarakat

Manfaat penelitian ini bagi masyarakat, yaitu agar masyarakat dapat lebih memahami mengenai pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen, yang mana jika mampu memahaminya maka banyak manfaat yang akan didapat.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi dan daftar tabel.

2. Bagian Isi

Bagian isi yaitu memuat garis besar penelitian yang terdiri dari lima bab, antara lain:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisi landasan teori yang terdiri dari kelengkapan produk, kualitas pelayanan, kualitas produk dan keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi metode penelitian, yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, tata variabel, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument, uji asumsi klasik dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitiandan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

