

BAB I**PENDAHULUAN****A. LATAR BELAKANG**

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan eceran berbentuk toko, minimarket, pasar swalayan dan lain-lain. Agar suatu perusahaan dapat terus memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan dibidang pemasaran.¹

Pemilihan lokasi memang merupakan bagian keputusan strategis dalam usaha ritel. Lokasi yang benar atau salah adalah awal kesuksesan atau kegagalan dari bisnis ritel. Diperlukan pengamatan yang menyeluruh, mendalam, dan jeli agar penentuan lokasi tidak keliru.²

Putusan atau pilihan lokasi sangat penting baik untuk perusahaan baru maupun lama karena hal tersebut bertalian dengan biaya, kesempatan kerja dan pola pemasaran jangka panjang. Kesempatan penentuan lokasi dan penentuan kembali lokasi perlu didasarkan pada peninjauan terhadap kondisi tenaga kerja, pasokan bahan mentah, perubahan permintaan pasar, dan sebagainya. Badan usaha dapat mengadakan reaksi dengan tidak berbuat apa-apa, mengadakan ekspansi atau menutup operasi pada fasilitas yang ada di lokasi tertentu. Dalam usaha menentukan dan memilih lokasi (baru) ada cara atau metode tertentu. Bagaimana juga banyak sekali kendala yang sering tak diharapkan muncul membatasi pilihan kita. Jadi situs ideal sulit dicari sehingga orang berusaha untuk menghindari masalah yang mungkin timbul dengan adanya zona-zona tertentu yang digariskan, sumberdaya air, pembuangan limbah, tenaga kerja, biaya transportasi, peraturan, sikap

¹ Supirman, *Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Eramart Sentosa Samarinda*, eJournal Administrasi Bisnis, Volume 4, Nomor 4, April 2016: 923-936, hal. 1

² M. Taufiq Amir, *Manajemen Ritel*, PPM, Jakarta, 2004, hal. 187

masyarakat sekitar, dan sebagainya yang datang secara tak terduga. Dengan demikian analisis kuantitatif dilaksanakan terlebih dahulu, dilengkapi dengan analisis kuantitatif agar pilihan lokasi memenuhi harapan.³

Bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk berbelanja, atmosfer toko yang nyaman, kualitas pelayanan, kelengkapan barang, dan kewajaran harga menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli dan mengunjungi toko tertentu. Meskipun atmosfer toko tidak secara langsung mengkomunikasikan kualitas produk dibandingkan dengan iklan, atmosfer toko merupakan komunikasi secara diam-diam yang dapat menunjukkan kelas sosial dari produk-produk yang ditawarkan, kemudian didukung secara langsung oleh kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan kewajaran harga yang membuat hal ini harus diperhatikan dalam menarik niat beli konsumen.⁴

Pada tahapan keputusan pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian konsumen harus dipertimbangkan dengan baik oleh para pihak pemasaran hingga memutuskan pembelian. Pentingnya pemahaman tentang keputusan pembelian adalah dapat, menjadi acuan bagi para manajer untuk bergerak aktif dan bagi para sales untuk dapat melayani konsumen dengan baik, memberikan informasi yang dapat dan berguna dan memberikan solusi yang tepat untuk mengambil hati calon pembeli.⁵

Keputusan membeli atau mengkonsumsi suatu produk dengan merek tertentu akan diawali oleh langkah-langkah sebagai pengalaman kebutuhan,

³ Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Produksi Dan Operasi*, BPFE, Yogyakarta, 2003, hal . 329

⁴ Ida Bagus Ary Upadhana, Ni Made Rastini, *Pengaruh Atmosfir Toko, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Barang Dan Kewajaran Harga, Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Toko Painluva Seminyak* Bali, <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=156500&val=989&title=pengaruh%20atmosfir%20toko,%20kualitas%20pelayanan,%20kelengkapan%20barang%20dan%20kewajaran%20harga%20terhadap%20niat%20beli%20konsumen%20pada%20toko%20painluva%20seminyak%20bali>, Diakses tgl 25 November 2015, Pada Pukul 09.03

⁵ Grace Marleen Wariki, Lisbeth Mananeke, Hendra Tawas, *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 3, No. 2, Juni 2015: 1073-1085, hal. 2

pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menanggapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan yang sebenarnya terjadi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengaktifan kebutuhan, yaitu waktu, perubahan situasi, pemilikan produk, konsumsi produk, perbedaan individu dan pengarahannya pemasaran. Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal). Ada tiga faktor yang menentukan proses pencarian informasi yang ekstensif yaitu, faktor risiko produk, karakteristik konsumen, dan faktor situasi.⁶

Minimarket Adijaya Teluk merupakan tempat pusat perbelanjaan yang ada di Jepara, yang beralamat di Jl. Purwogondo Guwo- Teluk. Saat ini banyak pusat perbelanjaan dan toko-toko eceran di daerah Jepara, demikian pula halnya di desa Teluk dan sekitarnya banyak bermunculan (Indomaret, Toko Sembako, Toko perlengkapan rumah tangga) hal ini tentu saja menyebabkan persaingan diantaranya toko-toko eceran yang ada karena konsumen menjadi banyak pilihan tempat-tempat berbelanja, sehingga para ritel tersebut harus bersaing dalam merebutkan konsumen serta mempertahankan konsumen yang telah ada. Seharusnya pemilik Minimarket Adijaya Teluk sebelum memilih faktor lokasi untuk mendirikan tempat perbelanjaan itu memikirkan lokasi yang jauh dari tempat perbelanjaan lainnya supaya para konsumen jeli dalam memutuskan pembeliannya. Tidak jauh dari Minimarket Adijaya ini ada Indomaret, Toko Sembako, Toko perlengkapan rumah tangga, para konsumen biasanya bingung untuk memutuskan mau belanja dimana kalau pilihan tempat belanja banyak, hal ini menjadikan kendala dalam keputusan pembelian.

Kelengkapan barang juga berperan sangat penting dalam keputusan pembelian, kalau sebuah tempat perbelanjaan barang-barangnya tidak lengkap bisa menjadikan konsumen itu lari ke tempat belanja lainnya, di tempat yang

⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011, hal. 376

saya jadikan observasi ini adalah sebuah minimarket tapi barang yang dijual itu tidak lengkap seperti yang dijual ditoko lainnya, seharusnya barang yang dijual lebih lengkap dari pada toko-toko lainnya, apalagi di sekitar lokasi minimarket itu ada Indomaret dan juga banyak toko-toko. Semua itu bisa menjadikan konsumen lari ke toko lainya kalau kebutuhan barang yang akan dibeli kurang lengkap atau tidak ada saat akan membeli barang yang diinginkan di Minimarket Adijaya, ini bisa mengalihkan para konsumen untuk tidak akan mau ke Minimarket Adijaya Teluk lagi kalau barang yang dijualnya tidak lengkap dan itu menjadikan kendala dalam keputusan untuk membeli .

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengambil judul: *“Pengaruh Faktor Lokasi dan Kelengkapan Barang Terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara)”*.

B. BATASAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini di batasi pada pengaruh faktor lokasi dan kelengkapan barang terhadap keputusan pembelian.

C. RUMUSAN MASALAH

Dari uraian Latar Belakang tersebut di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian pada Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Faktor Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara?
2. Apakah Kelengkapan Barang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara?

D. TUJUAN PENELITIAN

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian pada Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh Faktor Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara
2. Untuk menguji pengaruh Kelengkapan Barang terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara

E. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan dalam bisnis, yaitu mengenai pengaruh Faktor Lokasi dan Kelengkapan Barang terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan, terutama yang berhubungan dengan faktor lokasi dan kelengkapan barang terhadap keputusan pembelian.
 - b. Dapat dijadikan masukan bagi Minimarket Adijaya Teluk dalam rangka meningkatkan manajemen yang telah diterapkan.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Skripsi yang penulis susun terdiri dari lima bab, dimana pada masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab.

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Hal yang dikemukakan adalah landasan teori yang mendasari pengaruh faktor lokasi dan kelengkapan barang terhadap keputusan pembelian, kajian penelitian-penelitian sebelumnya, kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data penelitian, populasi dan sampel penelitian, tata dan variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi data penelitian, hasil uji validitas dan reabilitas, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data, pembahasan dan analisis.

BAB V : PENUTUP

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

Bagian akhir meliputi : daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup pendidikan.