

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Pada saat ini sudah banyak bermunculan tempat berbelanja seperti minimart, supermarket, mall, atau swalayan yang banyak menyediakan barang keperluan sehari-hari, di Indonesia pada saat ini sudah banyak terdapat pusat perbelanjaan dengan beragam bentuk dan jenisnya. Mall, supermarket, minimarket atau swalayan mudah sekali ditemukan di setiap daerah hal ini menunjukkan bahwa berbelanja di tempat-tempat tersebut telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, terutama yang berasal dari kelas ekonomi menengah ke atas (Yanti, 2020).

Ketatnya persaingan bisnis menuntut perusahaan untuk memahami dan mempelajari berbagai perilaku konsumen. Adanya informasi tanpa batas memudahkan konsumen dalam memilih produk yang akan dibelinya. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat perusahaan telah melakukan berbagai strategi seperti meningkatkan mutu pelayanan, harga, kelengkapan produk dan kualitas produk sehingga tercipta kepercayaan serta terjadinya keputusan pembelian perilaku konsumen secara umum dipengaruhi oleh berbagai faktor, di mana faktor ini bisa secara individu atau bersama dapat menentukan keputusan seseorang untuk melakukan pembelian baik dalam memilih produk atau jasa, memilih jenis, penentuan saat pembelian maupun tempat di mana harus membeli (Yanti, 2020). Dalam menentukan tempat berbelanja faktor kualitas produk mungkin menjadi

salah satu faktor penting, tetapi faktor keamanan, pelayanan, kenyamanan dan lokasi juga sangat menentukan dalam memilih tempat belanja.

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen ketika akan melakukan pembelian suatu produk (Harahap, 2015). Pada kondisi tersebut konsumen telah mencapai tahap akhir dalam melakukan pembelian dan terlibat secara langsung dalam mendapatkan barang dan jasa yang ditawarkan. Konsumen akan memilih satu dari beberapa alternatif yang ada untuk memutuskan membeli suatu produk yang diinginkan atau dibutuhkan. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginan setiap individu.

Supermarket merupakan industri retail atau jasa penjualan dimana barang-barang yang dijual merupakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari masyarakat, Dari sekian banyak tempat perbelanjaan di Buleleng, supermarket Pepito Lovina adalah salah satu tempat belanja yang dapat memberikan kenyamanan yang tinggi, didukung pula dengan pelayanan yang sangat professional, dan kualitas produk yang bagus. Pernyataan ini didukung dengan data penjualan per 3 bulan yang diambil dari bulan Januari sampai dengan September 2020. Pada triwulan pertama penjualan supermarket Pepito Lovina sebesar 32,58%, pada triwulan kedua sebesar 36,30% dan pada triwulan ketiga sebesar 31,12%, data ini dapat dilihat pada lampiran 02. Berdasarkan data dapat dilihat bahwa penjualan supermarket Pepito Lovina mengalami fluktuasi. Hal ini menunjukkan bahwa supermarket Pepito Lovina telah mampu menembus pasar dan berkembang pada triwulan pertama dan triwulan kedua dilihat dari data penjualan pada triwulan pertama dan

kedua mengalami peningkatan, terkecuali pada triwulan ketiga mengalami penurunan dikarenakan masa pandemi.

Masa pandemi Covid-19 adalah masa yang sangat sulit bagi manusia untuk menyesuaikan pola kehidupan era baru, dimana masyarakat dituntut untuk meminimalisir kegiatan di luar rumah yang tidak terlalu penting. Hal ini disebabkan oleh adanya aturan daerah yang mengatur tentang larangan untuk berkunjung ketempat-tempat yang ramai. Pemerintah memiliki kewajiban untuk melindungi hak kesehatan masyarakatnya agar tidak tertular penyakit Covid-19. Kecemasan masyarakat akan kesehatannya jika berkunjung ke tempat keramaian seperti supermarket Pepito Lovina yang notabeneanya tempat yang ramai pengunjung lokal maupun mancanegara. Berkaitan dengan rasa takut masyarakat terhadap virus Covid-19 menyebabkan kurangnya minat berbelanja di supermarket Pepito Lovina. Sehingga pada triwulan ketiga supermarket Pepito Lovina tidak ada peningkatan penjualan dari triwulan sebelumnya, penurunan penjualan ini tidak dikarenakan oleh kualitas pelayanan yang buruk dan kuliatas produk yang tidak sesuai harapan konsumen. Hal ini hanya disebabkan oleh adanya pandemi Covid-19 yang berdampak tidak sesuai target yang diinginkan perusahaan.

Supermarket Pepito Lovina sudah berdiri sejak tahun 2018 sangat dikenal di Bali, walaupun Supermarket Pepito Lovina belum genap berusia dua tahun. Supermarket Pepito Lovina berkembang dan dapat bertahan dengan baik di masa pandemi ini karena didukung oleh tempat yang strategis yakni berada ditempat wisata yaitu Lovina, dimana tempat ini banyak dikunjungi oleh wisatawan nasional maupun internasional. Selain tempatnya yang strategis supermarket

Pepito Lovina juga menyediakan produk yang lengkap sehingga masyarakat dan wisatawan cukup mengunjungi supermarket Pepito Lovina dalam mencari produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Supermarket Pepito Lovina juga sering mengadakan promo-promo di setiap hari raya, strategi promosi berupa diskon itu tentunya mengundang perhatian konsumen untuk melakukan pembelian di Supermarket Pepito Lovina. Untuk merespon tuntutan konsumen, sejumlah perusahaan tumbuh dan bertambah sehingga menimbulkan persaingan, baik dalam hal harga, kualitas pelayanan dan fasilitas maupun faktor-faktor lainnya. Perusahaan, termasuk perusahaan ritel harus mempelajari perilaku konsumen untuk bisa memuaskan kebutuhan dan memenangkan persaingan.

Produk yang disediakan Supermarket Pepito Lovina sangat lengkap dalam kelengkapan itu supermarket Pepito Lovina juga menjaga kualitas produk sehingga supermarket Pepito Lovina mencari barang tidak hanya di dalam Negeri, untuk menjaga kualitas yang baik supermarket Pepito Lovina sampai mencari barang ke luar negeri demi kelengkapan produk dan kualitas produk yang baik, seperti daging sapi, susu, keju, minuman alkohol yang di datangkan dari luar negeri. Supermarket Pepito Lovina juga menyediakan produk lokal yang sudah disortir dan kualitasnya bagus, seperti sayur-sayuran, buah-buahan dan rempah-rempah. Produk impor juga ada di dalam ketersediaan produk-produk di supermarket Pepito Lovina. Produk impor ini dijadikan produk tambahan yang menunjang kelengkapan jumlah produk yang di jual di Supermarket Pepito Lovina.

Kita sadari sebagai konsumen tentunya harus mempertimbangkan banyak hal sebelum melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2007) terdapat

empat faktor yang menentukan perilaku konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Faktor budaya terdiri dari sub-budaya dan kelas sosial yang penting dalam pembelian. Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta peran dan status sosial. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor pribadi yang meliputi usia, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup. Selain itu, faktor psikologis juga menentukan dalam keputusan pembelian yang meliputi motivasi, persepsi, serta keyakinan dan sikap. Hasil penelitian Rohman dan Adinugraha (2018) menyatakan bahwa faktor yang menentukan keputusan pembelian adalah faktor Lokasi, Bukti fisik, *Store Atmosphere*, *Merchandise*. Oleh karena itu penelitian ini dilaksanakan dengan judul “Faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian di supermarket Pepito Lovina”.

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Supermarket Pepito Lovina mengalami kenaikan penjualan pada triwulan pertama dan triwulan serta mengalami penurunan pada triwulan ketiga
- (2) Terdapat banyak Supermarket sejenis yang menyebabkan masyarakat memiliki berbagai pilihan untuk melakukan pembelian
- (3) Terdapat factor yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka penelitian ini difokuskan pada faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian di supermarket Pepito Lovina.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Faktor-faktor apa yang menentukan keputusan pembelian di supermarket Pepito Lovina ?
- (2) Faktor apa yang paling dominan menentukan keputusan pembelian di supermarket Pepito Lovina ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah untuk memperoleh temuan yang teruji mengenai hal-hal sebagai berikut.

- (1) Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di Supermarket Pepito Lovina
- (2) Faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian di Supermarket Pepito Lovina

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

- (1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran

tentang faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian di Supermarket Pepito Lovina.

(2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi kepada manajemen supermarket Pepito Lovina terkait faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian di supermarket Pepito Lovina.

