BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan jual beli sudah menjadi suatu hal yang setiap saat ditemui di masyarakat hal ini dikarenakan keingian manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup yang kian meningkat, hal ini dibuktikan dengan semakin tingginya jumlah penduduk disetiap tahunnya. Jumlah penduduk yang bertambah tentunya membuat tingkat kebutuhan dalam pemenuhan hidup semakin tingggi dan beragam. Jumlah kebutuhan yang semakin beragam keinginan konsumen akan pemenuhan kebutuhannya pun juga semakin rumit. Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian pada suatu toko pun juga semakin selektif, hal ini dibuktikan degan adanya peluang bisnis yang sangat tebuka bagi toko maupun swalayan yang menyediakan produk-produk kebutuhan konsumen, Sehingga beriringan dengan waktu semakin banyak toko-toko yang bemunculan yang mencoba menawarkan bebagai macam produk untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Pada era globalisasi saat ini, menciptakan suatu usaha dibidang jasa penyediaan barang ecer atau retailer semakin ketat, khususnya di Tulungagung yang tidak hanya bermodalkan peluang, tantangan, dan juga modernisasi. Berkembangnya usaha retail membuat usaha toko-toko maupun swalayan yang ada menjadi lebih terpacu. Salah satunya yakni Swalayan Mulya Santosa yang berada di desa Sidomulyo Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu usaha retailer yang cukup

besar karena memiliki konsumen atau pelanggan yang tinggi, eksistensisnya diakui dan selalu menjadi tujuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam menjalankan usahanya, Swalayan Mulya Santosa mampu meraih konsumen dalam jumlah yang cukup mengesankan. Namun ketatnya persaingan usaha yang sama dan sejenis di Tulungagung mengharuskan Swalayan Mulya Santosa ini agar selalu mempertahankan eksistensi dan meningkatkan kualitasnya baik dari segi internal maupun eksternalnya.

Menurut Gerson terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan : *Pertama*, kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang mereka gunakan berkualitas. *Kedua*, kualitas layanan, terutama untuk industri jasa. Palanggan akan merasa puas jika mereka mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. *Ketiga,* adalah emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila ia menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan tertentu. *Keempat*, adalah harga. Produk atau jasa yang memiliki kualitas sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. *Kelima*, adalah biaya. Pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya yang tidak berlebihan atas suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.[1]

[1]R.F.Gerson,*Mengukur Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : Ppm,2001),Hal.18

Persaingan yang semakin ketat di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. [2] Berbagai motif dapat dilakukan agar barang dangangannya ini laku dijual sehingga akan memberikan laba atau keuntungan seperti yang diharapkan oleh setiap pelaku ekonomi.

Kelengkapan produk yang merupakan tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Sedangkan keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.[3]

Perubahan ataupun peningkatan barang yang ditawarkan pada Swalayan ini merupakan tuntutan dari perubahan gaya hidup masyarakat. Produk yang dijual di Swalayan Mulya Sentosa sangat lengkap dan bervariasi mulai dari kebutuhan rumah tangga, sembako, pakaian, Alat tulis Sekolah, perlengkapan bayi hingga obat-obatan. Selain itu, Swalayan Mulya Sentosa juga menyediakan berbagai macam produk pelengkapan dari produk utama yang di jual. Swalayan Mulya Sentosa juga selalu berusaha untuk memenuhi *stock* produk, agar dapat segera mengisi ulang produk yang habis. Hal ini lah mungkin yang menjadikan swalayan Mulya Santosa menjadi salah satu swalayan yang paling digemari oleh para konsumennya.

---

[2]Fandy Tjiptono,*Strategi Pemasaran*.,(Yogyakarta: Andi Offset,2000),Hal.24
[3]Fandy Tjiptono,*Strategi*...,Hal. *04*

Harga juga menjadi faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di swalayan ini. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.[4] Penentuan harga merupakan satu hal yang sangat diperhatikan oleh seluruh pemilik swalayan. Pada swalayan Mulya Santosa ini memliki banyak konsumen, ada kemungkinan konsumen lebih senang berbelanja karena harga lebih murah. Namun ada kemungkinan terdapat alasanlain yang menjadikan mereka setia untuk tetap berbelanja di swalayan tersebut.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah pelayanan yang baik kepada pelanggan. Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kenyamanan pelanggan yang mana pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada pelanggan, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat pembelian yang telah dicapai. Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain kualitas pelayanan merupakan selisih antara pengharapan pelanggan atau keinginan mereka dengan persepsi mereka.[5]

---

[4]Singgih Priatmaji Sasongko. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Kompetitif, Dan Kelengkapan Barang Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan*. (Https:// Eprints.Undip.Ac.Id/39041/1/Sasongko.Pdf). Diakses Pada 13 November 2017

[5] Yuzza Bayhaqi. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Minat Membeli Ulang*. (Universitas Diponegoro: Tesis Tidak Diterbitkan,2006),Hal.15

Pada swalayn mulya sentosa ini,mereka tidaklah memiliki tenaga pelayan dari pihak lain, pemiliklah yang secara langsung melayani konsumen secara langsung. Mungkin apakah ini yang menjadi salah satu faktor kesetiaan konsumen. Si pemilik memilih strategi ini untuk menjamin kepuasan pelanggan hingga menjadikan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang dan teori yang telah dikemukakan diatas, yang melandasi penelitian pada swalayan Mulya Santosa adalah untuk mengetahui keputusan pembelian yang terdiri dari variabel pengaruh kelengkapan barang, harga kompetitif, dan kualitas pelayanan. Untuk itu, penulis meneliti dalam skripsi yang berjudul "Pengaruh kelengkapan barang, harga kompetitif, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Mulya Santosa desa Sidomulyo kecamatan Gondang kabupaten Tulungagung".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing yang menawarkan produk dan pelayanan yang sama dibidang bisnis retail.
2. Dengan banyaknya pilihan, konsumen/pelanggan semakin sulit untuk memuruskan pembelian karena selalu kurang dengan produk yang sudah ada.
3. Harga yang kompetitif biasanya dijadikan tolak ukur dalam pemilihan dan keputusan pembelian produk, khususnya pada usaha retail.

4. Kualitas pelayanan terkadang kurang dipahami oleh penyedia jasa, yang sebenarnya apabila hal ini diperhatikan akan memberikan dampak positif bagi penyedia jasa.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adakah terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di Swalayan Mulya Santosa ?
2. Adakah terdapat pengaruh harga kompetitif terhadap keputusan pembelian di Swalayan Mulya Santosa?
3. Adakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Swalayan Mulya Santosa ?
4. Adakah terdapat pengaruh secara simultan antara kelengkapan produk harga kompetitif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Swalayan Mulya Santosa?

D. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di swalayan Mulya Santosa.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga kompetitif terhadap keputusan pembelian di swalayan Mulya Santosa
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di swalayan Mulya Santosa

4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara kelengkapan produk harga kompetitif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di swalayan Mulya Santosa.

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoritis
   a. Penelitian ini diharapkan dapat mendukung atau menolak teori yang dikembangkan oleh para ahli atau peneliti sebelumnya.
   b. Sebagai acuan atau dasar teoritis dan pengembangan penelitian bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah keputusan pembelian dan faktor-faktor lain yang berhubungan dengan bisnis.
   c. Sebagai bahan informasi dan referensi untuk perpustakaan IAIN Tulungagung
2. Praktis
   a. Masyarakat

      Lebih mengenal produk dan layanan pada swalayan sesuai dengan karakteristik pembelian terhadap yang mereka butuhkan (kebutuhan).

   b. Swalayan Mulya Santosa
      1) Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh para pengusaha swalayan khususnya swalayan retailer meningkatkan jumlah penjualan yang dapat dianalisis dari

faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk berbelanja

2) Sebagai kontribusi pengetahuan tentang pengaruh faktor kelengkapan produk harga kompetitif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di swalayan retail.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian merupakan suatu batasan yang memudahkan dilaksanakannya penelitian agar lebih efektif dan efisien untuk memisahkan aspek tertentu terhadap suatu objek. Ruang lingkup penelitian ini adalah pada Swalayan Mulya Santosa desa Sidomulyo kecamatan Gondang kabupaten Tulungagung. Penelitian ini hanya membahas variabel Kelengkapan Barang, Harga Kompetitif, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

G. Penegasan Istilah

Judul penelitian ini adalah Pengaruh Kelengkapan Barang, Harga Kompetitif, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Swalayan Mulya Santosa.

Agar tidak terjadi salah pengertian terhadap judul penelitian maka penulis perlu menjelaskan istilah-istilah yang terkandung didalamnya,sebagai berikut:

1. Pengaruh

   Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia definisi dari pengaruh merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang

ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang:[6]

2. Kelengkapan Barang

   kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau di konsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.[7]

3. Harga Kompetitif

   mengemukakan harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana indikator tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula.

4. Kualitas Pelayanan

   Adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.[8]

5. Keputusan Pembelian Konsumen

   Merupakan Proses keputusan pembelian merupakan suatu perilaku konsumen untuk menentukan suatu proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu produk.

H. Sistematika Skripsi

Adapun sistematika dalam skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu: bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Dengan rincian sebagai berikut :

---

[6] Kamus Besar Bahasa Indonesia,(Https://Id.Wikipedia.Org/Wiki),Diakses Pada 03 Oktober 2017

[7] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia...*Hal.283

[8] Philip Kotler & Armstrong, G, *Dasar-Dasar Pemasaran...*,Hal.55

a. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, pedoman transliterasi, dan halaman abstrak.

b. Bagian Inti

Bagian inti, terdiri dari lima bab dan masing-masing bab berisi sub-sub bab, antara lain :

BAB I : PENDAHULUAN

Dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam skripsi yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah serta sistematika skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas meliputi :

a. Tinjauan tentang Pemasaran
b. Tinjauan tentang Kelengkapan Produk
c. Tinjauan tentang Harga Kompetitif
d. Tinjauan tentang Kualitas Pelayanan
e. Tinjauan tentang Keputusan Pembelian

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bagian ini memuat diskripsi singkat obyek penelitian, penyajian dan analisis data.

BAB V : PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian, yang didalamnya berisi pembahasan masing-masing rumusan masalah.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini membuat kesimpulan dan saran-saran dari penulis yang diajukan kepada semua pihak yang berkepentingan.

c. Bagian Akhir

Pada bagian akhir skripsi memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.

Demikian garis besar pembahasan skripsi ini, untuk selengkapnya akan dibahas dalam uraian selanjutnya.