

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi diikuti dengan tingginya persaingan pada segala sektor bisnis memicu bermunculannya kompetitor baru dalam bidang bisnis yang mana masing-masing menawarkan berbagai jenis produk yang dibutuhkan oleh calon konsumen. Dampak kemajuan teknologi yang sampai saat ini dirasakan yaitu pada bidang perkembangan bisnis salah satunya bisnis retail. Bisnis retail yang sudah maju biasanya menerapkan sistem perbelanjaan modern dengan menawarkan kemudahan dan kenyamanan agar lebih efisien dalam berbelanja, seperti contoh indomaret dan alfamart. Semakin banyak masyarakat yang memiliki permintaan kebutuhan pokok untuk memenuhi kebutuhan hidup, membuat para pelaku usaha memiliki keinginan mendirikan pusat perbelanjaan yang bisa memenuhi keinginan konsumen. Dari situlah timbul persaingan antar pengusaha.

Dilansir dari Radar Tulungagung per tahun 2021 terdapat 117 swalayan dengan tipe minimarket berjejaring di Tulungagung, kemudian data terbaru pada 2022 bertambah menjadi 124 titik swalayan berjejaring di Tulungagung, jumlah tersebut belum terhitung dengan swalayan non jejaring dan supermarket di wilayah Tulungagung. Menjamurnya swalayan di Tulungagung terbukti dengan banyaknya keberadaan swalayan di sekitar wilayah perkotaan, seperti

di Kecamatan Tulungagung, kedungwaru, dan Boyolangu yang mana jumlahnya bisa lebih dari 10 unit.²

Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Tulungagung pada tahun 2023 mencapai 4,91%, mencerminkan peningkatan aktivitas ekonomi yang signifikan. Salah satu dampak nyata dari pertumbuhan ini adalah perubahan gaya belanja masyarakat, terutama dengan menjamurnya swalayan di wilayah Tulungagung. Dengan meningkatnya pendapatan dan daya beli masyarakat, swalayan menjadi pilihan utama bagi konsumen. Mereka kini lebih memilih berbelanja di swalayan karena menawarkan berbagai kemudahan, mulai dari variasi produk yang lebih lengkap hingga harga yang lebih kompetitif. Selain itu, swalayan seringkali memberikan promosi dan diskon yang menarik, mendorong masyarakat untuk berbelanja lebih banyak.³

Dilihat dari lain sisi konsumen akan dihadapkan banyaknya persaingan usaha retail, membuat konsumen harus semakin teliti dalam memutuskan melakukan pembelian. Dalam hal ini penjual dituntut untuk dapat menyediakan produk-produk yang berkualitas. Begitupun dengan kelengkapan produk yang ditawarkan yang mana akan sangat mempengaruhi minat beli konsumen.

Konsumen cenderung akan lebih memilih tempat yang menawarkan produk dengan berbagai varian yang ditawarkan penjual. Ketersediaan berbagai

² Mukhamad Zainul Fikro, "Ternyata Di Tulungagung Udah Ada 124 Minimarket Berjejaring, Bakal Nambah Lagi Enggak Ya?," *Radar Tulungagung*, 2023, <https://radartulungagung.jawapos.com/tulungagung/762707705/ternyata-di-tulungagung-udah-ada-124-minimarket-berjejaring-bakal-nambah-lagi-enggak-ya>.

³ "Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Tulungagung Tahun 2023," *Badan Pusat Statistik Kab. Tulungagung*, 2024, <https://tulungagungkab.bps.go.id/id/pressrelease/2023/03/20/68/pertumbuhan-ekonomi-kabupaten-tulungagung-tahun-2023.html>.

varian produk dalam suatu ritel meliputi variasi merk yang beragam, tipe dan size kemasan produk, ataupun macam-macam varian rasa produk yang ditawarkan. Dalam sebuah usaha ritel kelengkapan produk menjadi salah satu faktor penting untuk menarik konsumen. Terkadang meskipun harga jual diatas toko ritel lainnya konsumen tetap akan memilih ritel yang menyajikan berbagai variasi produk. Semakin lengkap sebuah ritel maka akan semakin besar kemungkinan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan memutuskan melakukan pembelian produk.⁴

Keputusan pembelian ialah suatu perilaku pembelian seseorang dalam menentukan pilihan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mencapai suatu kepuasan. Keputusan pembelian ini melalui proses tahapan dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.⁵

Sebab itu penting bagi para pengusaha ritel untuk memahami juga memperhatikan faktor kelengkapan produk dalam strategi pemasaran perusahaan. Dengan menyediakan pilihan produk yang beragam, memadai juga berkualitas akan memunculkan rasa loyal pada diri konsumen dan memastikan melakukan pembelian.

Dengan menyediakan berbagai variasi produk yang berkualitas pelaku bisnis ritel dapat membangun nama baik perusahaan sebagai tujuan belanja

⁴ Alreza Anan Hafidzi, “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro)” (Semarang, Universitas Negeri Semarang, 2013), hal. 3

⁵ Basu Swasta dan T hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analis dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 106

yang bisa diandalkan yang mana bisa memenuhi harapan konsumen yang menimbulkan perasaan puas tersendiri. Disamping itu kelengkapan produk juga memberikan keunggulan kompetitif bagi ritel karena mampu menarik segmen pasar yang lebih luas.⁶

Selain kelengkapan produk faktor selanjutnya yang diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian adalah lokasi. Lokasi yang dimaksud yaitu suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja. Keberhasilan suatu usaha bisa ditentukan dengan lokasi bisnis yang strategis, mudah dijangkau, dekat dengan pusat keramaian, aman dan tersedianya tempat parkir yang memadai.⁷

Faktor lokasi memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, dikarenakan lokasi merupakan titik pertemuan antara penjual dan pembeli. Ketersediaan dan aksesibilitas suatu toko menjadi faktor utama yang biasanya menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk memilih tempat belanja. Konsumen cenderung akan lebih memilih ritel yang mudah dijangkau dan juga tidak memakan waktu berlebih untuk sampai ke lokasi.⁸

Sebuah usaha yang terletak di lokasi strategis dianggap lebih profesional dan dapat dipercaya oleh konsumen. Oleh karena itu, keputusan strategis dalam

⁶ Alfina Medytarisa, “Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk dan Tata Letak Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Grosir Wijaya Di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk” (Tulungagung, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2023), hal. 5

⁷ Diana Nurlaili, “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sumber Makmur Swalayan Tanjungsari Kota Blitar” (Tulungagung, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2024), hal. 5

⁸ Azril Nizar Abiyyu, “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung” (Tulungagung, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2023), hal. 4

memilih lokasi toko tidak hanya berpengaruh pada kemudahan konsumen dalam mengakses ke lokasi usaha, tetapi juga mencakup persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap bisnis tersebut. Dengan memahami pentingnya faktor lokasi, pelaku bisnis ritel dapat memaksimalkan potensi pasar. Dengan pemilihan lokasi ritel yang strategis juga dapat menjadi keunggulan untuk bersaing dengan kompetitor.⁹

Supermarket atau pasar swalayan merupakan salah satu jenis toko retail. Definisinya sendiri supermarket merupakan bentuk bisnis retail yang menawarkan berbagai macam produk kepada para konsumen, yang mengutamakan menjual barang untuk kebutuhan sehari-hari. Ciri dari supermarket yaitu tidak terjadinya aktivitas tawar-menawar harga barang, harga barang di supermarket sudah tertera pada masing-masing barang, jenis barang yang dijual di supermarket sangat beragam dan memiliki kualitas yang baik serta tahan lama, umumnya kondisi supermarket bersih dan nyaman, dilengkapi dengan *air conditioner*, selain itu juga memiliki tata ruang yang rapi dan terstruktur sehingga mempermudah konsumen mencari produk yang diinginkan.¹⁰ Contohnya di Tulungagung yaitu Supermarket Bravo yang menyediakan berbagai produk kebutuhan sehari-hari, meski dilabeli sebagai supermarket namun harga yang ditawarkan dari produk yang disediakan cenderung lebih miring apalagi jika konsumen membeli dalam jumlah banyak.

⁹ *Ibid*

¹⁰ Rani Puspa, Angriani Permana, dan Erika Karunia, "Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran Pada Supermarket K-Store Krakatau Junction," *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 13, no. 2 (2020), hal. 208

Dilansir dari Surabaya Tribun News Supermarket Bravo Tulungagung merupakan cabang kelima setelah Bojonegoro, Tumban, Jombang dan Cepu.¹¹

Dalam pra survei yang dilakukan dari lokasi penelitian Supermarket Bravo ditemukan 2 swalayan pesaing yang terletak kurang dari radius 1 KM yaitu minimarket Alfamart Mayor Sujadi dengan jarak 350 M dari lokasi penelitian dan minimarket Indomaret Mayor Sujadi dengan jarak hanya 240 M dari lokasi penelitian. Dari sinilah timbul pertanyaan apakah lokasi yang berdekatan dengan pesaing memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian?, dan juga dari faktor kelengkapan produk apakah memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian?.

Dengan kombinasi faktor kelengkapan produk dan lokasi peneliti ingin mengetahui seberapa berpengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan pembelian di Supermarket Bravo, maka dari itu peneliti mengangkat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Supermarket Bravo Tulungagung”**

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah disampaikan, peneliti mengidentifikasi inti dari permasalahan yang kemungkinan besar terkandung di dalamnya yaitu, banyaknya persaingan usaha ritel di sekitar lokasi penelitian yang juga sama-sama menyediakan produk yang sejenis membuat persaingan

¹¹ David Yohanes, “Buka Cabang Ke-5 Di Tulungagung, Bravo Janji Serap Produk UMKM Lokal,” *Surabaya.Tribunnews.Com*, 2019, Irwan Sy.

bisnis semakin terlihat, sehingga diperlukan peningkatan faktor penentuan keputusan pembelian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Supermarket Bravo Tulungagung?
2. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Supermarket Bravo Tulungagung?
3. Apakah kelengkapan produk dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Supermarket Bravo Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Dari hasil pokok permasalahan yang diangkat, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di Supermarket Bravo Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian di Supermarket Bravo Tulungagung.

3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kelengkapan produk dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian di Supermarket Bravo Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini merupakan sumbangan pemikiran dan bahan bacaan yang diharap memberi pengetahuan baru dan bahan referensi serta pembandingan penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

2. Kegunaan Praktis

1) Bagi Akademisi

Peneliti berharap penelitian ini digunakan sebagai media yang memberikan informasi bermanfaat dan sebagai tambahan referensi perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung khususnya bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah.

2) Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperhatikan kondisi perusahaan dan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan untuk bahan acuan yang berkaitan dengan masalah yang sama serta digunakan sebagai pembanding maupun penunjang dalam penelitian.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang lingkup penelitian beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada penelitian ini penulis berfokus pada pengaruh kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Supermarket Bravo Tulungagung.
2. Mengingat banyak perkembangan yang bisa ditemukan dalam permasalahan ini, maka penulis membuat batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang dibuat dan diselesaikan dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya terbatas pada pengujian variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yaitu untuk menguji kelengkapan produk (X1) dan lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) di Supermarket Bravo Tulungagung. Waktu yang ditentukan pada penelitian ini didasarkan pada perkiraan kebutuhan penelitian yang dilakukan pada tahun 2023.

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penegasan istilah terdiri dari dua, antara lain penegasan konseptual dan penegasan operasional. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Kelengkapan Produk

Kotler mengungkapkan kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Kedalaman, luas dan kualitas keragaman barang merupakan determinan dalam pemilihan toko.¹²

b. Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono lokasi usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.¹³

c. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.¹⁴

¹² James F. Engel, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, 6 (Jakarta: Binapura Aksara, 1995), hal. 258

¹³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Operasional* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hal. 92

¹⁴ Mujiroh, "Pengaruh Produk, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Swalayan Indo Rizky Purbalingga" (Semarang, Universitas Negeri Semarang, 2005), hal. 12

2. Definisi Operasional

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh variabel independen (X1) Kelengkapan Produk dan (X2) Lokasi terhadap variabel dependen (Y) Keputusan Pembelian dengan objek penelitian di Supermarket Bravo Tulungagung. Dari definisi operasional bertujuan untuk memberikan kejelasan mengenai variabel tersebut agar tidak terjadinya kesalahpahaman.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi dilakukan dengan sistematika yang sedemikian rupa untuk memudahkan pemahaman serta pemfokusan sasaran, oleh karenanya penulis melakukan penulisan dengan sistem susunan sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian ini memuat halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, dan halaman abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian utama yang terdiri dari 6 (enam) bab, yaitu:

BAB I: Pendahuluan

Dalam bab ini terdiri dari: (a) latar belakang masalah; (b) identifikasi masalah; (c) rumusan masalah; (d) tujuan penelitian; (e) kegunaan penelitian; (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian; (g) penegasan istilah; (h) sistematika penulisan skripsi.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Bab ini terdiri dari: (a) Kelengkapan Produk; (b) Lokasi; (c) Keputusan Pembelian; (d) Kajian penelitian terdahulu; (e) Kerangka konseptual; (f) Hipotesis penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Dalam bab ini terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian; (b) populasi, sampling, dan sampel penelitian; (c) sumber data, variabel, dan skala pengukurannya; (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian; (e) teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian

Terdiri dari hasil penelitian yang berisi tentang deskripsi karakteristik data pada masing-masing variabel dan uraian tentang hasil pengujian hipotesis.

BAB V: Pembahasan

Memaparkan pembahasan dari hasil penelitian yang berdasarkan pada rumusan masalah.

BAB VI: Penutup

Memaparkan kesimpulan dan saran. Bagian bab penutup terdiri dari:

(a) kesimpulan hasil penelitian; dan (b) saran berdasarkan pada penelitian yang telah ditemukan.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari: (a) daftar pustaka; (b) lampiran-lampiran;

(c) surat pernyataan keaslian skripsi; (d) daftar riwayat hidup