

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, keberadaan bisnis ritel modern menjadi semakin penting karena adanya pergeseran pola belanja masyarakat yang lebih suka berbelanja di pasar ritel modern seperti minimarket, supermarket, ataupun hypermart. Masyarakat lebih gemar berbelanja di pasar ritel modern karena masyarakat bisa mendapatkan kepraktisan dan kecepatan dalam berbelanja. Tuntutan kebutuhan akan tempat belanja yang aman, lokasi yang mudah dicapai, ragam barang yang tinggi, nyaman sekaligus dapat dijadikan sebagai tempat rekreasi, sehingga tidak hanya sebagai tempat menjual barang dagangan saja. Selain itu, perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih membutuhkan kemudahan untuk berbelanja menjadi penyebab menjamurnya bisnis ritel atau eceran.

Pengertian ritel itu sendiri adalah penjualan barang secara eceran pada berbagai tipe gerai seperti kios, pasar, department store, butik dan lain-lain (termasuk juga penjualan dengan sistem delivery service), yang umumnya untuk dipergunakan langsung oleh pembeli yang bersangkutan.

Bentuk usaha ritel yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah minimarket. Minimarket merupakan kategori ritel yang menyediakan produk untuk kebutuhan sehari-hari dengan ukuran toko yang kecil, jumlah ragam produk yang

lebih sedikit dan harga produk yang lebih tinggi dibandingkan dengan kategori ritel lainnya seperti supermarket dan hypermarket di Indonesia.

Salah satu pelopor minimarket di Indonesia adalah PT. Indomarco Prismatama dengan merek Indomaret yang mendirikan gerai pertamanya pada tahun 1988 di Ancol, Jakarta Utara. Indomaret menyediakan berbagai jenis produk untuk kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, obat-obatan, perlengkapan rumah tangga, produk kecantikan, dan pembayaran payment point transaksi belanja online di Indomaret. Untuk mempermudah transaksi online Indomaret meluncurkan i-Kios dimana konsumen bisa mengisi seperti voucher handphone, membayar tagihan kredit motor, membayar online shopping, booking tiket kereta api, pesan tiket pesawat, pesan tiket konser, pesan produk i-Delivery semua bisa dilakukan di mesin i-Kios. i-Kios sudah tersedia lebih dari 2000 gerai Indomaret. Indomaret juga menyediakan minuman panas dan dingin seperti Yummy Coffee dan Yummy Freezy, makanan langsung dimakan Say Bread seperti bakpao, siomay, dan makanan cepat saji lainnya. Hingga saat ini terdapat lebih dari 5000 jenis produk. Memiliki tagline “mudah dan hemat” serta menciptakan mascot yang diberi nama “si domar”. Indomaret berhasil memperluas jaringan ritelnya keseluruh wilayah Indonesia.

Keberhasilan bisnis ritel, yaitu pelaku ritel harus dapat menawarkan produk yang tepat dengan harga, pelayanan, suasana toko dan lokasi yang tepat. Perusahaan harus dapat memberikan kepada pelanggan barang atau jasa yang memiliki pelayanan yang lebih baik, harga lebih murah, fasilitas yang memadai dan nilai lebih tinggi dengan mutu yang lebih baik dari pesaingnya. Perilaku konsumen menentukan proses

pengambilan keputusan dalam pembelian untuk setiap konsumen yang sama, namun seluruh proses tidak selalu dilaksanakan oleh konsumen. Proses pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya.

Keputusan pembelian yang dimaksud disini adalah perilaku konsumen yang didasarkan pada keyakinan dan rasa percaya diri yang kuat dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan pembelian pada minimarket Indomaret dan meyakini bahwa keputusan pembelian yang telah diambilnya adalah hal yang tepat. Mengembangkan citra perusahaan adalah salah satu cara untuk membuat konsumen mengenalnya. Citra perusahaan akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Citra perusahaan yang baik mempunyai pengaruh positif pada keputusan pembelian. Minimarket Indomaret untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan keputusan pembelian perusahaan selalu melakukan strategi-strategi, salah satunya adalah strategi harga dan promosi. Dimana strategi harga mempunyai pengaruh yang cukup signifikan untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Salah satu strategi yang menarik adalah dengan pemberian potongan harga sebagai bagian dari promosi penjualan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang dilakukan minimarket Indomaret meliputi pelayanan langsung ataupun tidak langsung. Pelayanan langsung yaitu berupa harga, kualitas produk dan promosi. Sedangkan pelayanan tidak langsung yaitu, berupa pemberian

senyum, salam dan sapa dari karyawan toko, pemberian pelayanan yang cepat dan tanggap ketika mengalami kesulitan, kenyamanan konsumen saat berbelanja, kebersihan toko, kelayakan produk yang dijual, keamanan toko, serta fasilitas lain yang dapat dirasakan oleh konsumen namun tidak diperlihatkan langsung kepada konsumen. Sebagai bisnis retail yang terkemuka, maka minimarket Indomaret telah mendapatkan banyak kepercayaan dari masyarakat.

Terdapat banyak cara untuk dapat menarik minat konsumen, salah satunya dengan mempertimbangkan suasana toko. Suasana toko merupakan rangsangan dari luar yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan memanfaatkan hal-hal seperti pencahayaan, temperatur atau suhu udara, layout toko, aroma toko, warna, dan musik yang mampu meningkatkan mood konsumen dalam berbelanja. Adapun suasana toko yang dilakukan minimarket Indomaret meliputi dengan desain toko yang digunakan dibuat dengan etalase yang di desain khusus sehingga menarik konsumen, seperti papan nama yang mudah dilihat sehingga memudahkan konsumen untuk memukan barang yang dipilihnya, barang-barang tertentu dijual berdasarkan fungsi dan manfaatnya, misalnya rak khusus minuman, aneka bumbu masak, toiletries, terdapat produk baru yang ditempatkan di rak tersendiri dengan dilengkapi media point of sale, dan sebagainya. Saat melakukan pembelian, konsumen tidak hanya memperhatikan barang dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga lingkungan pembelian yang memberikan kenyamanan bagi konsumen. Oleh karena itu para pebisnis ritel harus sangat mempertimbangkan hal-hal dalam

store atmosphere mengingat konsumen lebih memilih lingkungan berbelanja yang lebih nyaman untuk meningkatkan penjualan.

Lokasi atau tempat merupakan salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya di suatu kawasan atau daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat. Pemilihan lokasi adalah faktor yang penting dalam mendirikan sebuah usaha karena bisa menarik konsumen untuk melakukan pembelian.. Pemilihan lokasi ini bisa meliputi perhitungan transportasi yang mudah agar lokasi suatu perusahaan bisa dengan mudah dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang strategis akan mudah di akses oleh para konsumen sehingga akan berdampak pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Lokasi toko Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama berada ditempat yang strategis, mudah di akses menggunakan transportasi umum dan pribadi, lokasi yang tidak jauh dengan fasilitas umum, seperti Mall, Kampus, Sekolah dan Halte Busway.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan terjadinya fluktuasi pada penjualan di Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda**  
**Januari - Juli 2019**

<b>Bulan</b>	<b>Target</b>	<b>Pencapaian</b>	<b>Presentase</b>
Januari	480.000.000	Rp. 511.356.780	106,5%
Februari	450.000.000	Rp. 453.335.354	100,7%
Maret	450.000.000	Rp. 335.225.354	74,4%
April	480.000.000	Rp. 522.845.967	108,9%
Mei	480.000.000	Rp. 537.337.876	111,9%
Juni	480.000.000	Rp. 612.656.763	127,6%
Juli	450.000.000	Rp. 325.548.760	72,3%

Sumber: Data Penjualan Indomaret

Berdasarkan dari data penjualan Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama diatas terlihat terjadi fluktuasi penjualan. Terjadi penurunan dan kenaikan yang tidak stabil pada total penjualan dari tiap bulannya. Total penjualan terendah terjadi pada bulan Juli sebesar Rp. 325.548.760 dengan presentase 72,3%. Dan total penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juni sebesar Rp. 612.656.763 dengan presentase 127,6%. Total penjualan yang rendah menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil konsumen yang melakukan pembelian. Guna menarik calon pembeli, berbagai inisiatif dilakukan untuk merebut hati konsumen agar memutuskan untuk melakukan pembelian. Dimana pengambilan keputusan pembelian setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidup yang berbeda.

Disamping ada fenomena diatas, masih ada perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, yaitu:

**Tabel 1.2**  
**Research Gap**

No.	Variabel	Peneliti	Tahun Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Kualitas Pelayanan	Mohammad Yusuf Affandi	2017	Berpengaruh
		Febriano Clinton Polla, Lisbteh Mananeke dan Rita N Taroreh	2018	Tidak Berpengaruh
		Rinna Rahmawati, Musriha, Indah Noviandari	2017	Berpengaruh
		Imam Bahrowi	2017	Berpengaruh
2.	Suasana Toko	Rinna Rahmawati, Musriha, Indah Noviandari	2017	Berpengaruh
		Mohammad Yusuf Affandi	2017	Berpengaruh
		Tinjung Desy Nursanti, Herlina	2012	Tidak Berpengaruh
		Dwi Bagus Kurniawan, Eko Boedhi Santoso	2018	Berpengaruh
3.	Lokasi	Febriano Clinton Polla, Lisbteh Mananeke dan Rita N Taroreh	2018	Berpengaruh
		Fikri Admadanu	2017	Berpengaruh
		Angelina Rares, Rostinsulu Jopie Jorie	2015	Tidak Berpengaruh
		Imam Bahrowi	2017	Berpengaruh

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan fenomena yang ada dan adanya perbedaan hasil penelitian, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET JALAN SULTAN ISKANDAR MUDA KEBAYORAN LAMA”**.

## **B. Pembatasan Masalah**

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tempat penelitian dilaksanakan di Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama.
2. Penelitian dilakukan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang minimarket.

## **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret ?
3. Apakah Suasana Toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret ?
4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret ?

## **A. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret.
- b. Untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret.



- c. Untuk mengetahui adanya pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret.
- d. Untuk mengetahui adanya pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret.

## 2. Kegunaan Penelitian

### a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi, dan juga untuk menambah wawasan, pengetahuan, pemahaman, pengalaman, serta perbandingan teori dibangku kuliah dengan realita yang ada diperusahaan khususnya mata kuliah pemasaran.

### b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada pihak perusahaan untuk memperhatikan dan meningkatkan Kualitas Pelayanan, Suasana Toko dan Lokasi.

### c. Bagi Pembaca

Dapat menjadi referensi ilmiah tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret untuk penelitian dimasa yang akan datang.