

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran sangat berperan bagi keberhasilan suatu usaha, pemasaran digunakan oleh para pengusaha sebagai sarana untuk mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian produk, dengan sasaran yaitu untuk mengembangkan usaha dan mendapatkan keuntungan. Saat ini hampir setiap kota besar di Indonesia mengalami perkembangan serupa berkaitan dengan pertumbuhan pasar modern dan semi modern yang menjadi berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi. Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pasar tetapi juga para masyarakat yang menguntungkan hidupnya sebagai pedagang.

Pasar Taman Puring merupakan pasar tradisional yang sangat populer di Jakarta Selatan yang terletak di wilayah Kebayoran Lama, dulunya dikenal sebagai pasar yang menjual sepatu yang di-reject oleh pabrik-pabrik merek besar yang beroperasi di Jabodetabek. Harga barang-barang di Pasar ini sangat cocok bagi kelompok ekonomi menengah ke bawah dan mahasiswa yang tidak berkecukupan, karena itu banyak pengunjung merupakan pelancong atau mahasiswa luar Jakarta, masalah yang terjadi pada harga adalah pada saat melakukan penawaran, pedagang pasar langsung memberikan harga tiga kali lipat dari harga barang

sehingga terjadi tawar-menawar antara penjual dan pembeli sampai barang laku terjual dengan harga yang murah. Teori yang berkaitan Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Pasar Taman Puring juga tidak hanya menjual sepatu tapi juga dapat ditemui seperti, tas, pakaian olahraga, jam tangan, dan juga suku cadang mobil, masalah yang terjadi pada keragaman produk adalah masih banyaknya produk-produk yang diproduksi sebagai tiruan, replika, atau imitasi dari barang lain. Teori yang berkaitan keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Tempat Pasar Taman Puring agak tersembunyi dari Jalan Raya, untuk menemukannya dapat menjadikan Taman Puring sebagai patokan, kemudian masuk ke lorong di samping taman tersebut, selain dari depan Taman Puring, pasar ini juga dapat dijangkau dari arah mayestik atau blok M yang akan melewati gerbang depan Pasar Taman Puring, masalah yang terjadi pada tempat adalah kurang luasnya parkir untuk mobil dan sepeda motor khususnya untuk mobil. Teori yang berkaitan Tempat adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi para pelanggan sasaran. Tempat ikut berperan penting dalam menentukan kesuksesan suatu usaha karena sangat berpengaruh terhadap besarnya pasar potensial yang ingin dicapai perusahaan. Para penyedia jasa harus benar-

benar mempertimbangkan fleksibilitas dan kemudahan akses lokasi sentral dan utama.

Beberapa pedagang di Pasar Taman Puring terkenal memiliki temperamen yang kurang baik, jadi jika ada pedagang yang ogah-ogahan dalam melayani calon pengunjung, lebih baik ditinggalkan saja, karena tidak jarang ada pedagang yang memarahi pengunjung yang dianggapnya menawar dengan keterlaluan, masalah yang terjadi pada kualitas pelayanan adalah masih adanya pedagang pasar yang belum memberikan pelayanan yang bagus seperti contohnya adalah temperamen yang kurang baik. Teori yang berkaitan kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

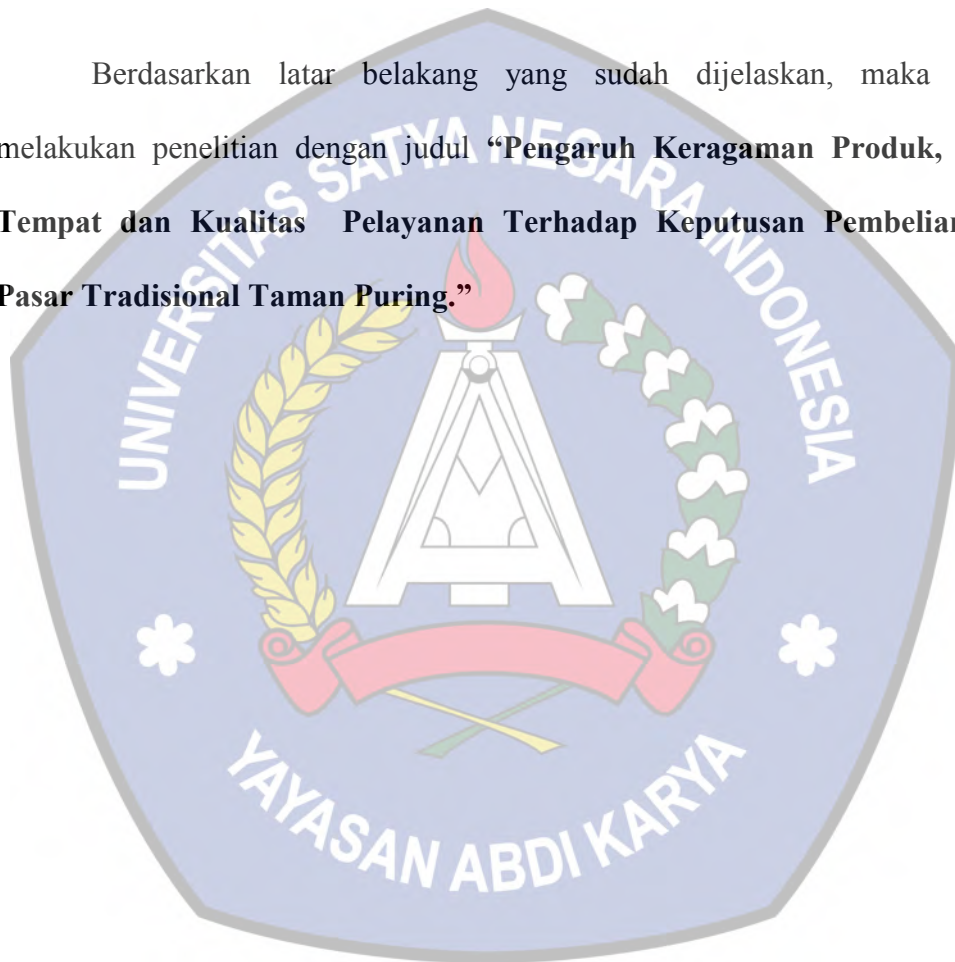
Meski hampir semua barang yang didagangkan di Pasar ini merupakan barang ternama yang diproduksi sebagai tiruan, replika, atau imitasi dari barang lain, namun calon pembeli harus jeli dalam melihat barang sebelum membeli. Perhatikan detail-detil barang dan kualitas perekat, apakah mudah lepas atau tidak agar terhindar dari barang replika dengan kualitas buruk. Teori yang berkaitan Keputusan Pembelian adalah proses keputusan yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seseorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Mayoritas pedagang di Pasar Taman Puring berasal dari Sumatera Utara, Jawa Barat, dan Madura, jadi untuk mendapatkan harga saudara sekampung lebih baik gunakan bahasa daerah tersebut atau ajak kerabat yang menguasai bahasa daerah tersebut.

Tabel 1.1
Research GAP

No	Variabel	Peneliti	Hasil Penelitian
1	Keragaman Produk	Desy Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata (2013) Agnes Ligia Pratisitia Walukow, Lisbeth Mananeke dan Jantje Sepang (2014) Mimi SA (2015) Mohammad Mabrrur Taufik, S.Ag.,S.E.,M.M (2015) Naruddin, Muhammad Alfin (2016)	Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2	Harga	Desy Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata (2013) Agnes Ligia Pratisitia Walukow, Lisbeth Mananeke dan Jantje Sepang (2014) Mimi SA (2015) Mohammad Mabrrur Taufik, S.Ag.,S.E.,M.M (2015) Naruddin, Muhammad Alfin (2016)	Tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
3	Tempat	Desy Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata (2013) Agnes Ligia Pratisitia Walukow, Lisbeth Mananeke dan Jantje Sepang (2014) Mimi SA (2015) Mohammad Mabrrur Taufik, S.Ag.,S.E.,M.M (2015) Naruddin, Muhammad Alfin (2016)	Tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
4	Kualitas Pelayanan	Desy Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata (2013) Agnes Ligia Pratisitia	Tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berpengaruh terhadap keputusan pembelian

	Walukow, Lisbeth Mananeke dan Jantje Sepang (2014) Mimi SA (2015) Mohammad Mabrrur Taufik, S.Ag.,S.E.,M.M (2015) Naruddin, Muhammad Alfin (2016)	Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
--	---	--

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Tempat dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pasar Tradisional Taman Puring.”**



1.2 Perumusan Masalah

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang, penelitian ini bermaksud menguji analisis keragaman produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian :

1. Apakah terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada pasar tradisional taman puring.
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada pasar tradisional taman puring.
3. Apakah terdapat pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian pada pasar tradisional taman puring.
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pasar tradisional taman puring.
5. Apakah terdapat pengaruh keragaman produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pasar tradisional taman puring.

1.3 Pembatasan

1. Variabel yang diteliti : variabel yang diteliti hanya mengacu pada variabel keragaman produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
2. Objek penelitian : Pasar Tradisional Taman Puring. Jalan Kyai Maja, RT.07 / RW.01, Kramat Pela, Kebayoran Baru.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.
5. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pasar tradisional taman puring.

1.5 Manfaat penelitian

- 1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana ekonomi, dan juga menambah wawasan, pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman serta perbandingan dari teori-teori dan ilmu pengetahuan yang diperoleh dibangku kuliah dengan realitas yang ada di perusahaan khususnya mata kuliah pemasaran.

- 2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi dalam bentuk data dan masukan bagi pasar tradisional taman puring.

3) Bagi Civitas Akademia

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai salah satu tambahan informasi dan dapat menjadi acuan dan sumber literatur untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keragaman produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pasar tradisional taman puring.

