

# BAB I

## Pendahuluan

### A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi, ilmu pengetahuan, termasuk pola dan gaya hidup masyarakat yang berkembang semakin modern. Dalam era modernisasi ini perubahan terjadi sangat cepat yang mengharuskan masyarakat untuk ikut bergerak mengikuti perubahan tersebut. Keadaan di atas telah memicu terjadinya perubahan gaya dan pola hidup masyarakat, termasuk hal yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Menurut Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (APRINDO) Roy Nicholas Mandey (2019) perkembangan bisnis ritel cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 data perkembangan ritel di Indonesia diperkirakan mencapai Rp 256 triliun atau tumbuh sekitar 10% dibandingkan tahun 2018 lalu. Sementara pertumbuhan mini market ini di atas 15% bahkan mini market bisa membuka sebanyak 1.000 gerai pertahun. Dari data ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian masyarakat terhadap bisnis ritel modern semakin meningkat. (sumber: Nurlaila Fitriani, kabaruang.com, 2019).

Salah satu bisnis ritel yang keberadaannya sangat menunjang dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumen berupa produk yang berbeda dalam kemasan adalah Prima Freshmart. Prima Freshmart merupakan entitas bisnis dibawah naungan PT. Charoen Pokphand Indonesia (CPI). Prima Freshmart

termasuk kedalam golongan minimarket yang berfokus dalam menyediakan produk ayam segar, ayam beku, telur dan produk olahan makanan berbahan dasar ayam seperti nugget dan sosis serta kebutuhan penunjang dapur lainnya. Dengan keunggulan produk yang lebih higienis, harga yang kompetitif, tempat belanja yang nyaman dan bersih, serta berbagai pelayanan yang ditawarkan seperti *free delivery* (layanan bebas antar) menjadikan Prima Freshmart pilihan yang tepat untuk masyarakat modern yang menyukai kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja.

Peneliti melakukan observasi persalah satu gerai Prima Freshmart di cabang Cidodol. Dibawah ini merupakan data target dan pencapaian dalam tahun 2021.

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan Tahun 2021 Prima Freshmart Cabang Cidodol**

<b>Bulan</b>	<b>Target (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Pencapaian (%)</b>
April	180.000.000	147.040.223	82%
Mei	180.000.000	148.980.562	83%
Juni	180.000.000	150.994.086	84%
Juli	180.000.000	171.818.841	95%
Agustus	180.000.000	161.519.720	90%
September	180.000.000	138.049.533	77%
Oktober	180.000.000	137.797.264	77%
November	180.000.000	156.206.814	87%
Desember	180.000.000	171.098.171	95%
Januari	180.000.000	155.851.597	87%
Februari	180.000.000	135.278.847	75%
Maret	180.000.000	145.215.030	81%

*Sumber : Prima Fresmart Cidodol*

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa pencapaian target pada Prima Freshmart cabang Cidodol belum berjalan secara efektif dan efisien.

Hal ini dapat dilihat dari turun naiknya pencapaian target di Prima Freshmart selama tahun 2021.

Berdasarkan data yang di peroleh peneliti dari Prima Freshmart cabang Cidodol selama tahun 2021 mengalami kenaikan di bulan Juli dan Agustus mencapai target sebesar 95% sedangkan di bulan September dan Oktober mengalami penurunan sebesar 77%. Memasuki akhir tahun bulan November dan Desember Prima Freshmart cabang Cidodol mengalami kenaikan target penjualan hingga 95%. Disini dapat disimpulkan bahwa konsumen membeli aneka frozen food di akhir tahun sehingga menyebabkan penjualan di Prima Freshmart cabang Cidodol dapat meningkat. Diawal tahun 2022 memasuki bulan Januari, februari, dan Maret Prima Freshmart cabang Cidodol mengalami penurunan penjualan hingga 15%. Dapat disimpulkan bahwa ada perilaku pembelian konsumen yang berbeda pada waktu terjadi di akhir tahun.

✿ Dalam potensi permintaan akan daging ayam yang tinggi tidak hanya menjadi perhatian para produsenproduk ayam untuk memenuhi permintaan tersebut, namun bagi para pelaku di rantai suplai produk ayam.

Rantai suplai produk perunggasan terutama ayam yang tersedia saat ini terbagi menjadi 3 jenis: 1. suplay ayam mentah 2. suplay ayam olahan 3. suplay ayam mentah dan olahan di satu toko. Rantai suplai produk mentah dan olahan yang terpisah sering kali dijumpai pada pasar tradisional maupun pasar modern (supermarket dan hypermarket). Namun kini, CPI membuat strategi baru untuk memenuhi permintaan konsumen akan daging ayam baik mentah maupun olahan dengan menyediakan toko khusus daging ayam, Prima Fresh Mart (PFM).

Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan, yaitu menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan pembelian. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli seseorang adalah kualitas pelayanan, promosi, dan harga. Kualitas pelayanan selalu ada dalam benak konsumen, sehingga perusahaan terus membangun kekuatannya. Sebuah kualitas yang kuat akan mempengaruhi minat beli konsumen yang akan berakhir pada keputusan pemakaian konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono dan Anasstasia Diana (2020) keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan keinginan pelanggan.

Kualitas Pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen.

Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain. Sehingga konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan perusahaan.

Masalah utama sebagai sebuah Toko Prima Freshmart adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harapan konsumen atau belum. Oleh karena itu, Prima Freshmart dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar kepuasan konsumen meningkat.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi dari beberapa faktor, terdapat dari penelitian yang dilakukan oleh Hera Sepriani P dan Dian Candra Fatihah (2021) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan Mohammad Ramadani (2019) menyatakan Kualitas Pelayanan Tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Harga merupakan nilai barang ditentukan dengan uang. Jumlah uang yang diterima oleh penjual dan hasil penjualan suatu produk barang atau jasa, yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha atau bisnis. Harga tersebut tidak selalu merupakan harga yang diinginkan oleh penjual produk barang atau jasa tersebut, tetapi merupakan harga yang benar-benar terjadi sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang

lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok tertentu.

Harga ialah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Bisa dikatakan, harga merupakan suatu permainan dalam pemasaran.

Apabila harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak mampu terjangkau oleh konsumen, dan akhirnya akan berdampak pada menurunnya pemasaran suatu produk di perusahaan Prima Freshmart. Maka dari itu pihak dari toko Prima Freshmart menjual produk makanan dengan harga terjangkau sehingga bisa dijangkau dengan masyarakat setempat.

Penelitian yang dilakukan oleh Fidyah Yuli Ernawati dkk (2021) menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan penelitian Muzammil Ilmi Listighfaroh (2020) menyatakan Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Produk.

Promosi ialah suatu kegiatan untuk meningkatkan sesuatu barang atau jasa kearah yang lebih baik. Kegiatan promosi di lakukan supaya produk yang dijual dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, sehingga dapat ikut membeli dan menggunakannya. Perusahaan melakukan promosi produk sebagai alat pemasaran untuk mendatangkan pelanggan, promosi suatu produk dirancang untuk menyoroti merek baru atau barang tertentu.

Pelanggan berpendapat bahwa alat promosi konsumen berupa pemberian diskon untuk pembelian produk makanan dalam jumlah minimal tertentu, dianggap belum efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusroni Akhmad Syahril (2019) menyatakan bahwa Promosi tidak berpengaruh secara positif terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Gigih Made P (2019) menyatakan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan fenomena dilatar belakang tersebut di atas, peneliti mengambil penelitian dengan judul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO PRIMA FRESHMART CABANG CIDODOL.**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Prima Freshmart?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Prima Freshmart?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Prima Freshmart?

4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Prima Freshmart?

## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Prima Freshmart.
- b. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Prima Freshmart.
- c. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Prima Freshmart.
- d. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Prima Freshmart.

### 2. Kegunaan Penelitian

Manfaat-manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. **Bagi peneliti**

Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi dan bisnis pada universitas satya negara Indonesia.



b. **Bagi perusahaan**

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan bagi pihak perusahaan dalam hal kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian.

c. **Bagi praktisi**

Penelitian ini di harapkan dapat menambah kepustakaan dan melengkapi penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian.

