

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. 1. Latar Belakang Masalah**

Dalam era globalisasi seperti saat ini banyak terjadi perubahan dan kemajuan dalam berbagai bidang kehidupan tak terkecuali pada bidang ekonomi yang banyak membawa akibat dengan perkembangan yang pesat dalam bidang usaha seperti dengan banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dibidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, departemen store (toserba), pasar swalayan (supermarket) dan lain-lain. Dengan keadaan yang seperti ini tentunya akan menimbulkan persaingan di antara perusahaan-perusahaan tersebut. Maka dari itu para pengusaha sebagai pemilik perusahaan-perusahaan tersebut akan berusaha untuk memenangkan persaingan tersebut agar perusahaannya dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan mendatangkan keuntungan yang besar sebagai tujuan utama dari pendirian perusahaan itu sendiri. Sehingga dengan demikian para pengusaha akan memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar sebagai salah satu cara untuk mewujudkan keinginannya tersebut.

Keputusan pembelian yang diambil oleh seorang pelanggan banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor. Seperti yang diungkapkan oleh Alma ( 2020 ) bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku dan sikap pelanggan dalam memutuskan pembelian yaitu ada faktor yang berasal dari dalam diri individu

seperti jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, maupun tingkat pendapatan dan juga faktor yang berasal dari luar individu seperti produk, merek, kemasan, store atmosphere, promosi dan lain-lain. Dengan keadaan yang seperti ini menuntut perusahaan harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena pelanggan akan semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya.

Toserba Surya, sebagai salah satu toko ritel yang ada di Kabupaten Kuningan, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, Toserba Surya harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Toserba Surya dalam meraih keputusan pembelian konsumen tidaklah mudah, karena di wilayah terdekat Toserba Surya sendiri terdapat banyak pesaing yang menjual produk-produk sejenis, baik skala besar, menengah ataupun kecil yang rata-rata hanya berjarak sekitar ratusan meter dari Toserba Surya. Berikut ini adalah data omset penjualan produk Susu Nutrilon di Toserba Surya pada tahun 2020-2022 yang mengalami fluktuasi menurun dapat dilihat pada tabel 1.1halaman berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Susu Nutrilon di Toserba Surya Kuningan**  
**Tahun 2020-2022**

No	Tahun	Penjualan/pieces
1	2020	1.445.876
2	2021	915.867
3	2022	756.345

*Sumber : Toserba Surya Kuningan (2022)*

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Susu Nutrilon di Toserba Jogja Kuningan**  
**Tahun 2020-2022**

No	Tahun	Penjualan/pieces
1	2020	1.325.221
2	2021	1.528.181
3	2022	1.711.512

*Sumber : Toserba Yogya Kuningan (2022)*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas terlihat bahwa omzet penjualan susu nutrilon toserba Surya Kuningan dari tahun 2020 terus mengalami fluktuasi kecenderungan menurun. Table 1.2 Berbeda dengan data penjualan susu nutrilon di Toserba Jogja Dimana dari tahun 2020 terus mengalami peningkatan. Penurunan data Data Penjualan di Toserba Surya Kuningan Tahun 2020-2022, disebabkan salah satunya kelengkapan produk dirasa kurang lengkap oleh sabagian konsumen serta tidak adanya promosi yang diberikan pada produk yang diberikan Toserba Surya.

Kelengkapan produk merupakan jenis dan ukuran produk yang variatif yang dijual oleh sebuah toko untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kelengkapan produk menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja di Toserba karena konsumen akan lebih memilih membeli produk yang dibutuhkan di toko yang sama daripada harus berpindah-pindah toko. Kunci dari keberhasilan sebuah Toserba juga terletak pada keberagaman produk yang dijual, karena Toserba merupakan singkatan dari Toko Serba Ada yang tentunya toko tersebut harus menyediakan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kelengkapan produk susu nutrilon yang ada di Toserba Surya diantaranya varian, ketersediaan

produk, variasi kemasan produk dan rasa yang tersedia. Hal ini sesuai dengan penelitian Clarissa (2017) dan Dwi (2018). Dimana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian” Handi (2018) juga menunjukkan bahwa kelengkapan produk menunjukkan pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Promosi merupakan suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal jadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut. Aktivitas promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upayaintensif jangka pendek untuk mendorong keinginan konsumen untuk mencoba atau membeli suatu produk atau jasa

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Clarissa (2017) dan Dwi (2018). Dimana dalam penelitiannya menunjukkan promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian”. Namun berbeda dengan hasil penelitian Toni (2009) dan Akmal (2007) bahwa store atmosphere dan kelengkapan produk menunjukkan pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Setiap perusahaan menawarkan produk dengan persepsi harga yang berbeda-beda. Sebagian perusahaan menawarkan dengan persepsi harga yang tinggi dan sebagian lagi dengan persepsi harga yang lebih rendah. Menurut Wijayanti (2020) persepsi harga memberikan manfaat “*Customer Cost*”, artinya persepsi harga yang dibayarkan konsumen untuk membeli produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Persepsi harga merupakan salah satu dari bauran pemasaran. Konsumen biasanya tertarik dengan ritel yang menawarkan persepsi

harga yang lebih murah dari pesaing. Selain dengan persepsi harga murah, konsumen juga menginginkan adanya diskon dan potongan persepsi harga. Seberapapun diskon dan potongan persepsi harga yang ditawarkan akan lebih mudah menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Kotler & Armstrong (2020) sepanjang sejarahnya, persepsi harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli.

Penelitian Satria (2017), Natalia (2012) dan Dewa (2009) menyimpulkan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh yang positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Tan (2011) dan Raf (2012) juga menyimpulkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

Berdasarkan latarbelakang penulis tertarik merlakukan penelitian dengan judul pengaruh kelengkapan produk, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian susu nutrilon pada pelanggan Toserba Surya.

## **1. 2. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang maka identifikasi perumusan masalahnya dapat disusun dalam kalimat sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh secara simultan antara kelengkapan produk, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen susu nutrilon Toserba Surya Kuningan?
2. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen susu nutrilon Toserba Surya Kuningan?

3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen susu nutrilon Toserba Surya Kuningan?
4. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen susu nutrilon Toserba Surya Kuningan?

### **1. 3. Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan perumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai tujuan :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh secara simultan antara kelengkapan produk, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen susu nutrilon Toserba Surya Kuningan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen susu nutrilon Toserba Surya Kuningan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen susu nutrilon Toserba Surya Kuningan.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen susu nutrilon Toserba Surya Kuningan.

### **1. 4. Manfaat Penelittian**

Dari hasil pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Sebagai tambahan pengetahuan tentang permasalahan kelengkapan produk, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian

## **2. Manfaat Praktis**

### **1. Bagi Peneliti lainnya**

Penulisan dan penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan sebagai sumber sumbangan yang cukup penting terhadap aplikasi langsung di masyarakat atas pengetahuan secara teori yang didapat mempengaruhi keputusan pembelain serta sebagai bahan referensi buat penelitian lainnya yang akan meneliti tentang faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

### **2. Bagi Pemilik atau Pengusaha Swalayan Pada Umumnya**

Dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dan bahan acuan tentang bagaimana faktor-faktor tertentu mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian pelanggan.

### **3. Bagi Lembaga**

Sebagai suatu hasil karya dan sebuah karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan meneliti dibidang yang sama.