BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi seperti saat ini, perkembangan bisnis yang ada semakin cepat. Berbagai macam bisnis semakin bermunculan. Jumlah produk yang tersebar di pasaran semakin beraneka ragam, begitupun merek yang ada juga semakin bermacam-macam dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan para konsumen. Ketatnya persaingan bisnis yang ada membuat setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu mengeluarkan segala kemampuan yang dimiliki agar dapat bersaing di pasar. Adanya persaingan yang semakin ketat tersebut membuat para pelaku bisnis dituntut untuk mampu bergerak lebih cepat dalam menarik para konsumen (Riska. 2016).

Dalam menjalankan usaha tidak selalu sesuai bayangan, akan tetapi persaingan akan semakin ketat, dan para pesaing akan semakin menunjukkan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya. Yang mana semakin tinggi minat beli konsumen pada suatu usaha maka usaha tersebut akan lebih cepat perkembangannya, karena setelah konsumen memiliki minat untuk melakukan pembelian tersebut dan telah memiliki informasi tentang produk yang dijual di tempat tersebut, maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian, begitu sebaliknya jika usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha tersebut tidak begitu diminati konsumen makan perkembangannya pun akan lambat.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan, sebuah bisnis toko kelontong harus menerapkan strategi yang tepat dan mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya, sehingga akan dapat merangsang konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian diperoleh ketika perusahaan berhasil menarik konsumen. Untuk menarik konsumen toko kelontong harus dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Keputusan pembelian bisa dikatakan sebagai tindakan konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa tertentu yang menguntungkan dan memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga bersaing, pelayanan yang memuaskan, kelengkapan produk, desain dan tata letak produk, serta lokasi yang startegis. Oleh karena itu, toko kelontong harus dapat memberikan harga yang tidak kalahsaing dengan minimarket atau toko-toko lainnya. Selain itu, lokasi yang strategis juga dapat menjadi keunggulan bagi toko kelontong dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian.

Harga yang di berikan oleh toko klontong juga berpengaruh besar terhadap tingkat penjualan dan memberikan keputusan kepada konsumen untuk melakukan pembelian yang kedua kalinya. Di sisi lain faktor yang juga ikut menunjang keberhasilan suatu usaha adalah lokasi atau tempat usaha itu berdiri. Setiap konsumen akan lebih mudah menjangkau jika tempatnya berada di pusat kota dan juga di

lalui transportasi umum, sehingga konsumen yang tidak memiliki kendaraan pribadi dapat menggunakan transportasi umum. Dengan demikian kepuasan konsumen akan timbul dengan sendirinya bila produk yang di jual oleh perusahaan sesuai atau bahkan melampaui harapan yang diinginkan oleh konsumen.

Toko klontong merupakan usaha mikro yang banyak dijalankan oleh masyarakat dan kebanyakan usaha tersebut hanya digunakan sebagai sampingan, tapi jika usaha tersebut dijalankan dengan tekun maka usaha tersebut bisa juga menjadi usaha yang sukses dan besar, dan penghasilan yang diperoleh juga banyak. Dengan banyaknya minimarket dan toko-toko yang bergerak dalam bisnis yang sama membuat toko kelontong harus menentukan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya pada faktor harga dan lokasi toko, agar dapat menggait konsumen untuk melakukan pembelian sehingga toko kelontong terus bersaing dan bertahan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. "PENGARUH HARGA DAN LOKASI TOKO KELONTONG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO KELONTONG ALYA"

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di toko Kelontong Alya?
2. Apakah Lokasi toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di toko Kelontong Alya?
3. Apakah Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di toko Kelontong Alya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di toko Kelontong Alya.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di toko Kelontong Alya.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko Kelontong Alya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat kegunaan secara teoritis dan praktis kepada berbagai pihak :

1. Manfaat Teoritis, semoga hasil penelitian ini menjadi sarana pengembangan teori ilmu pengetahuan yang dimiliki dalam manajemen pemasaran dan kewirausahaan yang selama ini diperoleh dibangku kuliah untuk kemudian diterapkan pada dunia kerja dan wirausaha.
2. Manfaat Praktis, semoga hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para khalayak yang membaca hasil penelitian ini.