

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, keberadaan mall atau pusat belanja di berbagai kota menjadi bagian yang penting untuk semua pihak. Keberadaan mall atau pusat belanja bisa memberikan masukan kepada pemerintah melalui pajak yang dibayarkan, keberadaan pusat belanja bisa menggeliatkan kehidupan perekonomian, maupun keberadaan pusat belanja merupakan bagian yang penting bagi kehidupan konsumen.

Pusat perbelanjaan atau shopping mall adalah salah satu fasilitas sosial yang di desain modern untuk mengikuti seiring perkembangan zaman. Shopping mall adalah suatu tempat yang memiliki makna bangunan atau tempat yang luas yang terdiri dari macam macam tools di dalamnya, baik kantin/cafe, toko buku, ATK (alat tulis kantor), toko pakaian, supermarket, toko kaset, konter elektronik dan di support oleh suatu department store yang mempunyai tempat paker yang luas. Fungsi shopping mall mempunyai arti yang sama dengan pasar tradisional yang ada di pelosok daerah, adalah tempat bertemunya pembeli dan pedagang untuk melakukan transaksi jual beli. Perbedaan terdapat pada mall adanya daya tarik untuk menggoda perhatian pelanggan sebagai pusat perbelanjaan yang modern. Sedangkan pasar tradisional hanya mementingkan perputaran roda perekonomian tanpa terlalu mengedepankan kenyamanan pembeli.

Pemasaran dimulai dari produk (*product*), yaitu suatu barang, jasa atau gagasan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan (Ebert & Griffin, 2015). Kebutuhan dan keinginan konsumen akan suatu produk sifatnya tidak terbatas. Jika kebutuhan atau keinginan satu telah terpuaskan, akan timbul kebutuhan atau keinginan baru yang menurut mereka juga harus terpenuhi dan terjadi secara terus-menerus. Perusahaan dituntut terus menghasilkan ide-ide untuk kelangsungan perusahaannya melalui memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk memberikan manfaat "*Customer Solution*", artinya produk dapat membantu dan mampu memecahkan masalah yang dihadapi oleh konsumen (Wijayanti, 2014). Konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari biasanya mencari tempat yang memiliki ketersediaan produk yang banyak, bervariasi dan lengkap sehingga akan memudahkan konsumen menemukan apa yang dibutuhkan. Dengan kelengkapan tersebut, konsumen tidak menghabiskan banyak waktu untuk mengunjungi berbagai ritel dalam mencari berbagai produk yang dibutuhkannya.

Setiap perusahaan menawarkan produk dengan harga yang berbeda-beda. Sebagian perusahaan menawarkan dengan harga yang tinggi dan sebagian lagi dengan harga yang lebih rendah. Menurut Wijayanti (2014) harga memberikan manfaat "*Customer Cost*", artinya harga yang dibayarkan konsumen untuk membeli produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Harga merupakan salah satu dari bauran pemasaran. Konsumen biasanya tertarik dengan ritel yang menawarkan harga yang lebih murah dari pesaing. Selain dengan harga murah, konsumen juga menginginkan adanya diskon dan potongan harga.

Seberapapun diskon dan potongan harga yang ditawarkan akan lebih mudah menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Kotler & Armstrong (2012) sepanjang sejarahnya, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Beberapa dekade terakhir, beberapa faktor di luar harga menjadi semakin penting. Namun, harga tetap menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan.

Sofjan dalam Raf (2012) perusahaan dalam menawarkan produknya sangat ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan. Melalui pelayanan yang baik, keberhasilan perusahaan dapat tercapai. Pemasaran suatu produk berdasarkan pelayanan mencakup pelayanan dalam penawaran, pembelian, hingga penyerahan produk ke konsumen. Dunia bisnis mengenal ungkapan, “*Every Business is Service Business*” Semakin hari, aspek pelayanan semakin mendapatkan perhatian, bahkan untuk perusahaan-perusahaan yang basisnya bukan jasa/pelayanan. Bisnis yang unggul, termasuk bisnis ritel, selalu dibangun oleh SDM yang baik. Dengan keterampilannya, kemampuan, sikap dan komitmennyalah bisnis itu bisa maju.

Menurut Tjiptono (2012:75) terdapat lima dimensi utama kualitas layanan yaitu realibilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empaty*) dan bukti fisik (*tangibles*). Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Selain itu, pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Dengan perasaan puas tersebut, akan lebih mudah menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Biasanya, ritel yang memberikan pelayanan yang kurang menyenangkan akan memberikan dampak buruk terhadap citra perusahaan dan menghilangkan minat beli konsumen selanjutnya.

Oleh karena itu, perusahaan ritel harus mampu memberikan hal-hal terbaik kepada konsumennya melalui berbagai penawaran seperti tersedianya beranekaragam produk, harga yang ditawarkan terjangkau dan juga adanya pelayanan yang prima kepada setiap konsumen yang membutuhkan jasanya. Perusahaan yang memiliki hal-hal tersebut, akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian pada ritelnya. Dengan menariknya minat dan konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian serta konsumen merasa puas atas produk yang dibelinya merupakan pencapaian terbaik bagi perusahaan dalam menjalankan dan memenangkan bisnisnya dari pesaing. Di Rantauprapat, salah satu perusahaan ritel yang menawarkan berbagai kebutuhan sehari-hari adalah Suzuya Mall. Meskipun mulai maraknya bisnis ritel modern, Suzuya Mall tidak pernah sepi akan hadirnya pengunjung untuk mencari dan memenuhi kebutuhan, sehingga penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian kepada pengunjung Suzuya Mall Rantauprapat.

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka peneliti akan mengkaji secara lebih mendalam yang terangkum dalam judul “Pengaruh Ketersediaan Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Suzuya Mall Rantauprapat”.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis membatasi masalah penelitian yaitu “Pengaruh Ketersediaan Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Suzuya Mall Rantauprapat”.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat?
4. Apakah store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat?
5. Apakah ketersediaan produk, harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat?

C. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat.
5. Ketersediaan produk, harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, manfaat penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberi sumbangan saran pemikiran dan informasi yang bermanfaat berkaitan dengan ketersediaan produk, harga, kualitas

pelayanan dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada Suzuya Mall Rantauprapat.

2) Bagi Penulis

Kegiatan penelitian ini dapat memperdalam dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh peneliti selama di bangku perkuliahan, dan dapat menambah wawasan mengenai ketersediaan produk, harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian.

3) Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi dan wacana yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

4) Bagi Universitas Labuhanbatu

Sebagai bahan referensi untuk perpustakaan Universitas Labuhanbatu yang dapat memberikan perbandingan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian.