

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia bisnis akan selalu sejalan dengan perkembangan kebutuhan dan pola hidup manusia. Pada saat sekarang ini, perkembangan membuat kebutuhan yang sangat berasa bagi para konsumen. Mudah nya mengakses berbagai macam kebutuhan membuat munculnya berbagai jenis usaha yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan, pelaku usaha pun berlomba-lomba memiliki usaha yang menjual kebutuhan pokok.

Terdapat beberapa jenis usaha yaitu usaha datang, jasa dan juga industri. Namun pada saat sekarang ini, usaha dagang merupakan usaha yang paling mudah untuk didirikan karena hanya menjadi pemasok tanpa harus mengelola produk nya terlebih dahulu, salah satu jenis usaha yang menjanjikan adalah usaha yang menjual berbagai jenis kebutuhan pokok seperti makanan. Hal tersebut menjadi salah satu alasan banyaknya jenis usaha yang menyediakan berbagai kebutuhan akan makanan.

Perkembangan zaman membuat perkembangan juga terhadap berbagai jenis usaha, salah satu nya adalah usaha dagang yang memiliki skala yang cukup besar yaitu usaha mini market, usaha mini market merupakan usaha yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan seharian konsumen, konsumen cenderung memilih berbelanja di mini market dikarenakan pada satu tempat konsumen sudah mendapatkan berbagai jenis produk yang dibutuhkan, hal ini tentu saja mempermudah konsumen didalam berbelanja, lebih efektif dan lebih menghemat waktu ketika berbelanja.

Hal ini juga terjadi di kota Cikampak, konsumen cenderung berbelanja di tempat perbelanjaan yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan sekaligus sehingga memilih untuk berbelanja pada mini market seperti alfamidi maupun indomaret, juga mini market AA. Mini market aa Cikampak merupakan salah satu mini market yang siap bersaing dengan perbelanjaan sejenis yang memiliki konsumen lebih banyak, hal ini tentu saja menjadi tantangan tersendiri bagi pemilik mini market AA didalam meningkatkan usaha nya.

Peningkatan suatu usaha bergantung dari bagaimana konsumen terhadap usaha tersebut, keputusan pembelian konsumen akan memberikan efek yang cukup besar terhadap kemajuan suatu usaha. Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil didalam penentuan untuk melakukan pembelian atau tidak, keputusan pembelian yang baik akan memberikan hasil yang baik pula, untuk itu mini market AA Cikampak harus memahami dengan baik hal-hal apa saja yang akan menjadi faktor didalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada saat berbelanja.

Fenomena yang peneliti lihat mengenai brand image yaitu, Brand image merupakan suatu brand image produk, konsumen cenderung memperhatikan bagaimana brand image dari produk yang disediakan oleh pelaku usaha, konsumen akan melihat apakah brand image produk tersebut merupakan brand yang terkenal atau tidak. Konsumen cenderung memilih produk dengan brand image yang sudah lebih terkenal, peneliti menilai bahwa pada brand image di mini market AA masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa brand

image pada produk yang disediakan belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan konsumen.

Persaingan dengan pusat perbelanjaan yang lebih ternama menjadi faktor yang sangat mengancam bagi keberlangsungan suatu usaha, persaingan yang terjadi akan memberikan dampak apabila tidak bisa dikendalikan. Peneliti menilai bahwa didalam menghadapi persaingan, konsumen cenderung memilih tempat yang lebih ternama, konsumen akan melakukan pembelian ditempat yang lebih banyak pembelinya. Fenomena yang peneliti lihat adalah didalam menghadapi persaingan mini market AA tidak memiliki strategi khusus didalam meningkatkan pembelian konsumen.

Bauran promosi menjadi trik didalam mengalahkan persaingan yang terjadi, bauran promosi menjadi suatu cara didalam memperkenalkan suatu produk. Bauran promosi yang baik akan membuat produk menjadi lebih dikenal oleh konsumen, peneliti menilai bahwa didalam melakukan bauran promosi, pelaku usaha mini market belum memaksimalkan bauran promosi yang digunakan sehingga konsumen kurang memahami produk yang dijual.

Fenomena yang peneliti lihat bahwa pada mini market AA Cikampak tingkat keputusan pembelian konsumen masih belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari terdapat konsumen yang datang namun tidak jadi melakukan pembelian, hal lain yang terlihat adalah terdapat konsumen yang memilih berbelanja di indomaret atau pun alfamidi karena dinilai barang yang dijual lebih bagus dan lebih murah bila dibandingkan dengan mini market AA. Hal ini menjadi penilaian bahwa keputusan pembelian konsumen belum berjalan dengan

maksimal dan harus menjadi pertimbangan didalam menentukan faktor yang menjadi penentu keputusan pembelian.

Peneliti menilai bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung yaitu bagaimana brand image suatu produk, bagaimana persaingan antara pelaku usaha dan bagaimana bauran promosi yang dilakukan. Hal ini menjadi pendorong didalam upaya peningkatan keputusan pembelian konsumen, apabila faktor pendorong sesuai dengan keinginan konsumen maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

Dari penjelasan diatas, peneliti tertarik meneliti dengan judul **“PENGARUH BRAND IMAGE, PERSAINGAN DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MINI MARKET AA CIKAMPAK”**.

## **B. Batasan dan Perumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu **“PENGARUH BRAND IMAGE, PERSAINGAN DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MINI MARKET AA CIKAMPAK”**

### **2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada mini market AA Cikampak?

- 2) Apakah persaingan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada mini market AA Cikampak?
- 3) Apakah bauran promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada mini market AA Cikampak?
- 4) Apakah brand image, persaingan dan bauran promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada mini market AA Cikampak?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui apakah brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada mini market AA Cikampak.
- 2) Untuk mengetahui apakah persaingan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada mini market AA Cikampak
- 3) Untuk mengetahui apakah bauran promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada mini market AA Cikampak
- 4) Untuk mengetahui apakah brand image, persaingan dan bauran promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada mini market AA Cikampak.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti  
menambah pengetahuan peneliti mengenai permasalahan manajemen pemasaran.

2. Bagi Pemilik mini market  
menjadi masukan dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen.
3. Bagi Peneliti Lain  
acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini.
4. Kegunaan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu  
Sebagai referensi memberikan sumbangan konseptual bagi civitas akademika dalam rangka mengembangkan penelitian dibidang pemasaran.