

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan retail saat ini sudah cukup luas di Indonesia. Oleh karena itu banyaknya retail yang ada mampu mengurangi pengangguran di Indonesia maupun di Batam. Terdapat beberapa perusahaan retail yang ada di Batam salah satu diantaranya Alfamart, munculnya Alfamart di Kota Batam yaitu sejak tahun 2015 lalu, dengan kehadiran Alfamart di Kota Batam membuat konsumen lebih mudah berbelanja karena akses yang sangat strategis dengan masyarakat disekitarnya. Jadi masyarakat lebih memilih berbelanja di toko-toko Alfamart terdekat, karena adanya fasilitas yang memadai dengan berbagai produk yang cukup lengkap dan adanya berbagai macam metode pembayaran cicilan atau tagihan berdasarkan leasingnya masing-masing. Sehingga mempermudah konsumen mencari barang kebutuhan sehari-hari.

Alfamart merupakan perusahaan retail minimarket terkemuka di Indonesia dengan lisensi merek dagang Alfamart, gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan serta minuman dan barang kebutuhan lainnya, lebih dari 200 produk makanan dan barang kebutuhan hidup lainnya tersedia dengan berbagai macam merek yang ada untuk memenuhi kebutuhan

konsumen sehari-hari. Alfamart berdiri sejak tahun 1989 oleh Djoko Susanto dan Keluarga PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart/Perseroan). Adapun visi Alfamart yaitu menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen serta mampu bersaing secara global. Dengan budaya kerja, integritas yang tinggi, inovasi untuk kemajuan yang lebih baik, kualitas dan produktivitas yang tertinggi, kerja sama team, kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik.

Banyaknya persaingan dalam dunia bisnis retail yang ada di Batam membuat Alfamart semakin tertantang untuk memperbaikinya, baik itu dari segi merek dan kualitas pelayanan yang terbaik. Dengan berbagai macam kompetitor yang ada sekarang ini, perusahaan Alfamart harus mampu menyediakan berbagai macam produk dan merek dengan lengkap, sehingga konsumen merasa tertarik dan loyal berbelanja di Alfamart, karena konsumen akan lebih mudah mencari barang kebutuhan sehari-hari dibandingkan konsumen harus ke tempat yang lain.

Menurut Tjiptono (2011:49) citra merek merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek juga merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Menurut Tjiptono (2011:49) citra terdiri dari citra pemakai dan produk. Citra pemakai mengacu pada apakah kepribadian merek sesuai dengan konsumen. Sedangkan citra produk merupakan suatu pandangan masyarakat terhadap

kategori suatu produk. Oleh sebab itu merek sangat berpengaruh sekali terhadap keputusan pembelian, karena merek dan produk yang lengkap itulah yang akan dibeli dan dicari oleh konsumen. Untuk itu perusahaan harus mengevaluasi antara kelengkapan produk dengan kualitas merek tersebut, karena terdapat beberapa keluhan konsumen, yaitu kurangnya daya minat pembelian sehingga membuat transaksi pembelian tidak terjadi dikarenakan merek yang dicari konsumen kurang lengkap. Maka dari itu kelengkapan merek dan produk yang dijual sangatlah berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena dengan merek yang kurang lengkap dapat menyebabkan terjadinya fluktuasi pada penjualan secara perlahan. Akan tetapi dengan menyediakan merek yang lengkap tanpa disadari otomatis pelanggan akan bertambah terus menerus dan membuat konsumen lebih memilih dan betah berbelanja ditoko Alfamart, dikarenakan keinginan konsumen sudah terpenuhi.

Seiring dengan berjalannya waktu muncullah berbagai pro dan kontra yang di dapat dari beberapa konsumen bahwa ada sebagian toko Alfamart yang kurang lengkap dalam menyediakan merek atau produk yang di jual, dengan demikian membuat beberapa konsumen lebih memilih berbelanja di toko lain ataupun retail sejenisnya. Adapun tempat ataupun toko Alfamart yang diteliti oleh penulis yaitu toko Alfamart Gajah Mada. Yang mana Alfamart Gajah Mada beralamat di Jl.Gajah Mada ruko Stevonika Kelurahan Patam Lestari, Sekupang Batam, dan kantor cabangnya sendiri berlokasi di Kawasan Cammo Industrial park Blok C No. 1-3, Kel. Baloi Permai Kota Batam,

Kepulauan Riau.

Merek memang sangat menentukan keputusan pembelian, oleh karena itu dengan adanya merek yang lengkap dan berbagai ragam produk yang disediakan membuat konsumen bisa memilih dengan apa yang dia suka atau inginkan. Karena adanya citra merek yang positif akan menimbulkan dampak yang positif juga di benak konsumen, dan bila citra merek ini sudah tertanam di benak konsumen maka hal itu akan membantu konsumen mengurangi kebingungan dalam memilih produk ataupun merek yang akan dibeli.

Dibawah ini merupakan merek atau contoh produk yang tidak ada di toko Alfamart Gajah Mada Batam.

Tabel 1.1 Data Merek Produk Yang Tidak Ada Di Alfamart Gajah Mada

No	Nama Merek	Sumber:
1	Sanford mineral water 600 ml	
2	Gulaku murni 1 kg	
3	Indomie goreng rasa ayam panggang 90 gr	
4	Nestle milo btl 225 ml	PT
5	Pepsi cola 330 ml	
6	Eternal plus mineral water 500 ml	Sumber
7	Lux aqua delight 450 ml	
8	Nestle dancow datita vanilla 1000 gr	Alfaria
9	Larutan penyegar rasa anggur 320 ml	
10	Enfagrow gentle care 900 gr	Trijaya

Tbk, 2019

Berdasarkan pengamatan penulis yang sudah dilakukan di Alfamart Gajah Mada Batam inilah yang akan menjadi objek penelitian, sebagian besar konsumen merasa kurang puas dengan merek yang sudah disediakan, karena konsumen beranggapan merek yang disediakan kurang lengkap dibanding

kompetitor lain atau sejenisnya.

Untuk menghadapi persaingan dalam pertumbuhan industri retail, maka perusahaan retail harus bisa menentukan strategi yang tepat untuk menang dalam persaingan. Beberapa penjual eceran atupun retail yang ada di Indonesia mencoba untuk mengemas produk yang dijual dengan kemasan dan merek sendiri (*private label*). Produk *private label* telah menjadi semacam trend diantara para retail, namun penetrasi penggunaan *private label* dimasyarakat masih terhadang oleh kehadiran merek nasional. Hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia masih beranggapan bahwa merek nasional mempunyai *good value for money* yang lebih besar dibandingkan produk *private label*. Dengan produk *private label* yang sudah dipasarkan saat ini masih terdapat sebagian konsumen yang kurang tertarik dengan kehadiran produk *private label* sehingga membuat daya minat beli konsumen berkurang dikarenakan konsumen masih kurang mengetahui tentang produk tersebut. Merek pribadi atau *private label* merupakan solusi terbaik untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata konsumen (Amalianti & Tiorida, 2018).

Private label juga sangat berpengaruh sekali terhadap keputusan pembelian karena kepercayaan konsumen kurang yakin dengan kualitas produk *private label* yang dijual, oleh sebab itu perusahaan harus meningkatkan kualitas produk *private label* yang dipasarkan kepada konsumen supaya konsumen tidak ada keraguan untuk membeli produk tersebut, untuk itu pasti akan terjadi yang namanya transaksi keputusan

pembelian. Oleh sebab itu dengan berlangsungnya produk-produk *private* label yang dijual dan dipasarkan, dengan berbagai macam model *private* label yang dibuat ataupun yang dikemas dengan bagus, akan tetapi tidak adanya memberikan peningkatan yang lebih terhadap produk *private* label yang dijual sehingga membuat penjualannya masih rendah.

Berikut ialah beberapa contoh produk *private* label yang dimiliki oleh Alfamart Gajah Mada di Kota Batam.

Tabel 1.2 Data Produk Private Label Yang Dimiliki Alfamart

Tipe Gerai	Logo	Perusahaan Retail	Merek Produk <i>Private</i> Label	Produk <i>Private</i> Label
Minimarket		PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	Alfamart	1.Selai cokelat cup 2. <i>Roll tissue</i> 3. <i>Snack</i> lokal 4.Kapur barus 5.Air mineral 6.Handuk mandi 7.Alfamart beras 8.Kapasmuka 9.Pencuci piring 10.Gula merah

Sumber: PT Sumber Trijaya Tbk, 2019

Penelitian yang sama dilakukan sebelumnya oleh Isyatin Amalianti dan Ermina Tiorida pada agustus 2018 dengan judul pengaruh *brand image* produk *private* label terhadap kepuasan pelanggan Griya Supermarket Bandung. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengaruh *brand image* produk *private* label berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Keputusan pembelian merupakan tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya (Hayat, 2012). Proses pengambilan keputusan pembelian setiap orang dipengaruhi oleh proses yang diwarnai dengan kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidupnya. Secara umum keputusan pembelian merupakan seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dalam menyediakan sebuah merek keputusan pembelian oleh konsumen sangat diperlukan, jika konsumen melakukan pembelian secara berulang maka akan meningkatkan pendapatan dan kepercayaan konsumen terhadap apa yang diberikan ataupun disediakan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan pusat dalam upaya meningkatkan sebuah perusahaan. Oleh sebab itu diperlukan upaya-upaya bagi perusahaan untuk mengevaluasi dan memperbaiki kelengkapan merek dan kualitas *private* label yang disediakan dan yang diberikan dibandingkan dengan pesaing lain, agar konsumen merasa tertarik untuk berbelanja kembali terhadap kelengkapan merek yang di diberikan. Supaya tidak mengakibatkan suatu perusahaan terjadinya fluktuasi terhadap penjualan, dikarenakan perusahaan kurang melengkapi kebutuhan konsumen sehari-hari sehingga konsumen tidak kembali lagi berbelanja di Alfamart Gajah Mada.

Tabel 1.3 Data Pelanggan Toko Alfamart Gajah Mada pada Bulan Mei sampai September Tahun 2019

No	Bulan	Pelanggan
1	Mei	2.790
2	Juni	2.880
3	Juli	2.914
4	Agustus	2.945
5	September	2.400

Sumber: PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, 2019

Dari tabel 1.3 di atas dijelaskan bahwa hasil dari data pelanggan pada bulan Mei sampai bulan September mengalami fluktuasi secara berkala dengan data yang di dapat. Dengan uraian diatas, maka menjadi suatu pertimbangan bagi penulis dalam membuat penelitian yang berjudul **“ Pengaruh Citra Merek dan *Private* Label Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Gajah Mada Di Kota Batam”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut ialah identifikasi masalah dari uraian latar belakang diatas:

1. Banyaknya persaingan retail yang sejenis.
2. Merek yang disediakan kurang lengkap.
3. Kurangnya daya minat beli konsumen terhadap *private* label.
4. Kurangnya kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk *private* label.
5. Tidak adanya peningkatan yang signifikan terhadap produk *private* label.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah fokus pada citra merek dan *private* label terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Gajah Mada di Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Gajah Mada di KotaBatam?
2. Apakah *private* label berpengaruh terhadap keputusan pembelianpada Alfamart Gajah Mada di Kota Batam?
3. Apakah citra merek dan *private* label secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Gajah Mada di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Gajah Mada di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh *private* label terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Gajah Mada di Kota Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan *private* label secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Gajah Mada di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan pada perkuliahan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian yang sejenis.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini akan menjadi suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai suatu masukan bahan pertimbangan citra merek dan *private* label.

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan dan pengalaman penulis dalam mengaplikasikan atau mempraktekkan ilmu yang telah didapat.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian atau referensi bagi mahasiswa Universitas Putera Batam dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis.