

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Didalam kehidupan masyarakat saat ini yang diwarnai dengan berbagai macam kesibukan, waktu menjadi sebuah hal yang penting bagi masyarakat. Mereka menginginkan segala hal dapat teratasi dengan cepat dan mudah sehingga mereka dapat mengejar hal lain. Ini menjadi dasar utama yang mengarahkan masyarakat pada pola kehidupan yang praktis. Pola ini menyebabkan masyarakat dikota malas untuk berbelanja dipasar-pasar tradisional yang ada. Mereka lebih senang dan memilih untuk berbelanja pada toko-toko swalayan atau disebut juga Supermarket. Ada beberapa alasan masyarakat lebih memilih untuk berbelanja di Supermarket diantaranya adalah suasana tempat berbelanja yang lebih nyaman dan terkesan modern dibanding dengan toko tradisional dan juga tersedianya berbagai macam produk dan merek untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut.

Variasi produk, brand image serta kualitas informasi merupakan sebuah persaingan yang besar bagi sejumlah pedagang dipasar, dimana hal ini menuntut setiap pedagang atau pelaku usaha untuk memberikan variasi produk serta kualitas informasi yang terbaik untuk setiap pelanggan. Dengan semakin berkembangnya market dikota-kota besar tersebut maka persaingan dalam bisnis ini semakin ketat. Setiap toko harus menerapkan strategi-strategi tertentu agar dapat menjaring para konsumen yang saat ini memiliki banyak pilihan untuk berbelanja.

Variasi produk yaitu bermacam produk yang terdiri dari harga, ukuran, rasa maupun unsur pembeda lainnya. Menurut (Asep dalam Indrasari, 2019), variasi produk atau keragaman produk yaitu sebuah kondisi yang terujud dari ketersediaan barang dalam jenis yang bervariasi sehingga memunculkan banyak pilihan dalam proses belanja pada konsumen. Apabila ingin menciptakan minat beli konsumen, maka variasi produk yang lengkap akan menjadi pilihan bagi pelanggan untuk berbelanja. hal ini bertujuan untuk menjaga pelanggan agar tidak berpindah dan berbelanja ditoko lain. Hubungan antara variasi produk dengan pelanggan dalam menentukan keputusan untuk membeli sangat berkaitan erat pada kegiatan penjualan pada suatu toko.

Apabila ingin meningkatkan minat beli pada konsumen maka diperlukan brand image yang baik bagi pelanggan. Brand image yaitu kumpulan asosiasi konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Merek biasanya terdiri dari logo, nama, serta simbol. Menurut (Khuong & Tran, 2018), brand image yaitu sebuah situasi atau kondisi yang dimana konsumen tersebut merasakan atribut dari merek tersebut hingga konsumen dapat memiliki niat untuk membeli serta meningkatkan nilai merek, sedangkan menurut (Bilgin, 2018). brand image yaitu preferensi atau persepsi yang dimiliki oleh konsumen kepada suatu merek. Brand image harus mampu memberikan kesan positif kepada konsumen. Konsumen yang mempunyai kesan positif ketika berbelanja akan lebih mudah untuk menentukan minat beli konsumen itu sendiri.

Selain variasi produk dan brand image, kualitas informasi juga dianggap sebagai faktor untuk menentukan minat beli konsumen. Menurut (Jansen et al, 2018), kualitas informasi sebagai suatu alat pengukuran yang dimana kualitas

informasi ini berfokus pada keluaran yang diproduksi oleh sistem dan nilai keluaran bagi orang yang menggunakan informasi tersebut. Didalam persaingan pemasaran juga memberikan tuntutan kepada penjual agar tersedianya kualitas informasi yang akurat sehingga dapat memberi kemudahan bagi konsumen ketika ingin berbelanja. Agar informasi lebih bermanfaat, informasi yang diberikan harus memiliki karakteristik, yang dimana kualitas informasi yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah produk.

Melalui kualitas produk, brand image, dan kualitas informasi maka terciptalah minat beli pada konsumen. Menurut (Fitrah, 2018), minat beli konsumen yaitu dengan menciptakan suatu pengalaman yang dapat terekam kedalam pikiran konsumen yang menjadikan suatu keinginan yang kuat dengan cara memotivasi, sedangkan menurut (Febriani & Dewi, 2018), munculnya minat beli ketika konsumen mendapatkan rangsangan dari barang yang telah dilihatnya lalu timbulnya rasa ingin membeli dan memilikinya.

Perilaku konsumen salah satunya yaitu kegiatan membeli suatu produk atau layanan jasa. Penting adanya sebuah minat beli yaitu untuk mencukupi serta melengkapi kebutuhan konsumen sehari-hari. Best Mart Supermarket Batam tak lepas dari kondisi dan situasi pasar di mana kebutuhan akan barang-barang kebutuhan hidup yang banyak dibutuhkan oleh konsumen setiap hari. Best Mart Supermarket Batam merupakan salah satu unit kegiatan usaha yang berdiri pada bulan November tahun 2018 yang beralamat komplek ruko Nusa Jaya blok. A 15-16 Sungai Panas. Best Mart Supermarket Batam juga memiliki ruangan yang cukup luas serta nyaman dan bersih sehingga tak sedikit pelanggan memilih untuk

berbelanja ditoko ini. Lokasinya pun lebih mudah dijangkau oleh konsumen. Supermarket ini menjual sejumlah kebutuhan masyarakat, dari kebutuhan pokok, sembako, peralatan sekolah, peralatan rumah serta mainan anak-anak ada ditoko ini.

Proses keputusan membeli seorang konsumen dapat dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan yang didasari sebagai sebuah perbedaan antara keadaan sebenarnya dengan keadaan yang diinginkan. Pemasar perlu menentukan keadaan yang biasanya menggerakkan pengenalan masalah saat proses membeli. Keadaan yang mempengaruhi minat beli seperti variasi produk, brand image, serta kualitas informasi sangat berkaitan dengan hasil penjualan atau omset setiap toko. Berikut tabel data penjualan omset dari Agustus 2021 sampai dengan Agustus 2022 sebagai berikut.

Table 1. 1
Data Omset bulan Agustus 2021 sampai dengan Agustus 2022

No	Bulan	Omset	Target
1	Agustus	859.000.000	900.000.000
2	September	844.000.000	900.000.000
3	Oktober	839.000.000	900.000.000
4	November	881.000.000	900.000.000
5	Desember	890.000.000	900.000.000
6	Januari	859.000.000	900.000.000
7	Februari	844.000.000	900.000.000
8	Maret	885.000.000	900.000.000
9	April	890.000.000	900.000.000
10	Mei	872.000.000	900.000.000
11	Juni	874.000.000	900.000.000
12	Juli	855.000.000	900.000.000
13	Agustus	846.000.000	900.000.000

Sumber : Best Mart Supermarket Batam, 2022

Dari tabel 1.1, dapat kita lihat bahwa hasil omset penjualan memiliki perubahan dari setiap bulan ke bulan. Dilihat dari bulan Agustus 2022 terdapat penurunan omset penjualan. Ada pula faktor-faktor yang mempengaruhi omset penjualan seperti variasi produk, brand image serta kualitas informasi. Ada beberapa cara untuk meningkatkan omset penjualan seperti meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, memberikan harga yang lebih murah dibanding toko

lain, memberikan pengalaman berbelanja yang baik sehingga konsumen akan kembali membeli produk yang dijual dan juga memberikan informasi yang up to date dan akurat untuk pembeli.

Mengingat pengaruh variasi sangat penting untuk meningkatkan omset penjualan, variasi produk menjadi daya tarik bagi pelanggan dengan minat beli yang tinggi. peneliti juga melakukan beberapa perbandingan variasi produk terhadap beberapa produk yang dijual di Best Mart Supermarket dengan Supermarket Victoria. Berikut tabel variasi produk Best Mart supermarket yang dibandingkan dengan Victoria Supermarket.

Table 1. 2

Tabel Variasi produk Best Mart Supermarket Batam

No	Jenis	Merek	Submerek	Spesifikasi	Stok
1	Beras	Robani	-	25kg	40sak
				10kg	-
				5kg	14sak
2	Minuman botol	Fanta	Fanta stroberi	390ml	10dus
			Fanta anggur	390ml	-
			Fanta jeruk	390ml	-
3	Minyak goreng	Sovia	-	500ml pouch	-
				1 liter pouch	-
				2liter pouch	50dus
				5 liter jerigen	-
4	Obat sirup	Bodrex	Bodrex dewasa flu&batuk berdahak	60ml	7pcs

			Bodrex dewasa flu&batuk tidak berdahak	60ml	-
--	--	--	--	------	---

Sumber : Best Mart Supermarket Batam, 2022

Table 1. 3

Tabel Variasi produk Victoria Supermarket Batam

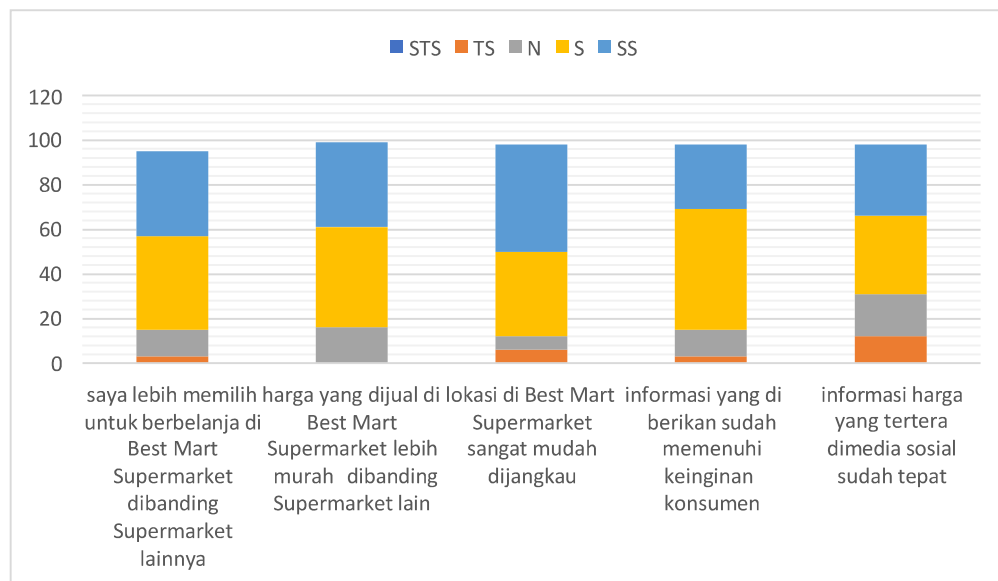
No	Jenis	Merek	Submerek	Spesifikasi	Stok
1	Beras	Robani	-	25kg	50sak
				10kg	10sak
				5kg	20sak
2	Minuman botol	Fanta	Fanta stroberi	390ml	20dus
			Fanta anggur	390ml	-
			Fanta jeruk	390ml	15dus
3	Minyak goreng	Sovia	-	500ml pouch	-
				1 liter pouch	20dus
				2liter pouch	100dus
				5 liter jerigen	5dus
4	Obat sirup	Bodrex	Bodrex dewasa flu&batuk berdahak	60ml	6pcs
			Bodrex dewasa flu&batuk tidak berdahak	60ml	12pcs

Sumber : Victoria Supermarket Batam, 2022

Saat berbelanja, variasi produk menjadi sebuah pertimbangan konsumen ketika ingin membeli produk tersebut. Dapat kita lihat dari tabel 1.2 dan 1.3, variasi produk yang dijual di Best Mart Supermarket kurang bervariasi sehingga konsumen belum puas dengan apa yang diharapkan untuk menentukan minat beli pada produk yang dijual. Sementara di sisi lainnya, dapat kita lihat bahwa brand image serta kualitas informasi juga berpengaruh kepada minat beli konsumen kepada sebuah produk. Peneliti telah membuat beberapa butir pernyataan untuk meng survei sebanyak 30 pelanggan dengan minimal belanja satu kali untuk melihat minat beli pada Best Mart Supermarket. Berikut hasil data survei pelanggan dapat dilihat dari grafik 1.1.

Gambar 1. 1

Grafik hasil survei sebanyak 30 pelanggan



Keterangan :

SS : Sangat Setuju

- S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Dilihat dari grafik 1.1, konsumen juga akan membandingkan brand image sebagai sebuah indikator keputusan untuk berbelanja. Berdasarkan pengamatan peneliti, Supermarket Victoria ini memiliki tempat yang lebih luas serta memiliki pelayanan konsumen yang baik terhadap pelanggan.

Sedangkan dilihat dari minat beli konsumen, kualitas informasi yang cepat dan tepat juga dibutuhkan oleh konsumen dikarenakan informasi yang diberikan akan digunakan untuk merencanakan sebuah pembelian terhadap produk tersebut. Hal ini dapat kita lihat dari hasil survei pelanggan pada grafik 1.1, bahwa kualitas informasi yang didapatkan pelanggan masih belum cukup untuk memenuhi keinginan konsumen karena semakin baik sebuah kualitas informasi maka dapat meningkatkan minat beli pada konsumen

Pada minat beli konsumen, dapat kita lihat bahwa masih banyak pelanggan yang komplain karena variasi yang tersedia belum lengkap serta informasi yang diberikan kurang tepat dan brand image yaitu seperti kualitas pelayanan karyawan belum sesuai dengan keinginan konsumen. Maka dari itu, peneliti akan mengangkat permasalahan skripsi yaitu dengan judul **‘Pengaruh Variasi Produk, Brand Image, dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli di BestMart Supermarket Batam’**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terjadi diatas, maka dapat diidentifikasi

masalah sebagai berikut :

1. Variasi produk yang dijual di Best Mart Supermarket kurang lengkap dibandingkan dengan Victoria Supermarket
2. Brand image Best Mart Supermarket masih kurang dikenali oleh masyarakat
3. Terdapat beberapa informasi harga yang diberikan Best Mart Supermarket kurang akurat

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas, peneliti memberikan batasan masalah pada variasi produk (X1), brand image (X2), dan kualitas informasi (X3) yang mempengaruhi minat beli (Y) di Best Mart Supermarket batam dengan konsumen yang pernah berbelanja minimal satu kali.

1.4 Perumusan Masalah

Melihat dari uraian latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan, maka ditemukan perumusan permasalahan yang dihadapi oleh Best Mart Supermarket Batam yaitu:

1. Apakah variasi produk yang dijual sudah sesuai dengan keinginan kosumen?
2. Bagaimana pengaruhnya Brand image terhadap minat beli pelanggan?
3. Apakah informasi yang diberikan sudah memenuhi keinginan konsumen?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas maka tujuan penelian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap minat beli di Best Mart Supermarket Batam
2. Untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap minat beli di Best Mart Supermarket Batam
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi terhadap minat beli di Best Mart Supermarket Batam

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian yang diteliti ini yaitu diharapkan bisa menjadi sebuah pandangan strategi yang akan dijalankan tentang pengaruh variasi produk, brand image dan kualitas informasi terhadap minat beli di Best Mart Supermarket batam

1.6.2 Manfaat praktis

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan bagi perusahaan, khususnya untuk membantu memimpin perusahaan dalam pengembangan strategi perusahaan.

2. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis yaitu mengharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam menetapkan strategi pemasaran.