

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Eskalasi didunia perbisnis sangatlah laju menimbulkan skema kompetisi dipasaran. Kemajuan ini juga sangat berdampak pada perusahaan retail yang mengalami pertumbuhan yang sangat cepat sehingga menimbulkan persaingan-persaingan yang sangat beragam dari setiap perusahaan. Dalam persaingan ini perusahaan harus memperhatikan kemajuan atau skema - skema yang dilakukan oleh para pesaing agar dapat bersaing didalam pasar. Selain memperhatikan kompetitor, perusahaan juga harus mampu menyediakan kebutuhan konsumen akan kualitas produk, promosi harga, juga keragaman produk. Tersedianya kualitas sangat baik, adanya promosi, hingga tersedianya keragaman produk yang diinginkan konsumen merupakan faktor konsumen dalam melakukan keputusan dalam membeli produk.

Dunia bisnis di Indonesia sudah banyak ditemukan perusahaan - perusahaan retail yang menjadi wadah bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan pokok atau kebutuhan berbelanja yang menyediakan pelayanan yang mudah dan praktis. Untuk itu perusahaan dituntut untuk menciptakan inovasi – inovasi dalam menarik daya beli konsumen. Perusahaan memiliki peran penting dalam menjaga loyalitas pelanggan agar dapat menjadi pelanggan setia dikemudian hari. Dengan membangun komunikasi kepada konsumen melalui cara memperkenalkan citra yang baik untuk konsumen seperti menyediakan kualitas produk yang baik, memberikan beragam informasi promosi, menyediakan keragaman produk yang

dapat melengkapi kebutuhan konsumen yang akan mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen.

Lingkungan pasar perusahaan akan dibentuk oleh kemampuannya membujuk pelanggan untuk membuat keputusan pembelian tertentu. Dalam hal ini, perusahaan perlu memperhatikan kualitas produk yang dijual kepada pelanggan. Jurnal & Mea (2021) performa dari jasa atau produk yang dengan segera dipengaruhi dari kualitasnya disebut fitur produk, juga secara jelas ditentukan oleh nilai dan kepuasan penggunaannya.

Pelanggan lebih cenderung membeli produk yang mereka yakini memiliki kualitas lebih tinggi. Selain memiliki produk berkualitas tinggi, promosi harus disampaikan dengan benar dan efektif agar pelanggan dapat memahaminya. Tempat et al (2020) Promosi merupakan interaksi diantara pembeli dan penjual bertujuan mempengaruhi perilaku juga sikap. Dalam penyampaian promosi perlu juga untuk menyediakan keragaman produk sebagai pendukung keberhasilan promosi. Kemarauwana et al (2022) berpendapat keragaman produk adalah pertimbangan membeli untuk pilihan produk yang disajikan dari pedagang. Yang menjadi faktor penting dalam persaingan bisnis retail adalah tersedianya berbagai macam variasi barang yang ditawarkan oleh pedagang dalam memenuhi keinginan pembeli. Keragaman produk yang sangat bervariasi dapat membantu perusahaan dalam memperkenalkan usaha mereka atau produk apa saja yang mereka tawarkan kepada konsumen. Keputusan pembelian merupakan tahap akhir dari setiap individu melakukan pemilihan terkait produk apa saja yang akan menjadi pilihan mereka untuk dikonsumsi atau dipergunakan. Menurut Tempat et al (2020)

berpendapat pada keputusan pembelian merupakan sifat yang ada dalam karakter konsumen, karakter konsumen merupakan pemahaman mengenai seperti apa individu, kelompok melakukan pemilihan, pembelian, penggunaan juga seperti apa service, benda juga yang pernah dialami mencapai kepuasan mereka.

Yang menjadi objek peneliti adalah Indomaret Orchid Park 11 atau sering juga disebut Indomaret Kembang Sari terletak pada JL. Gajah Mada Komplek Ruko Orchid Park No. 10 Kecamatan Batam Kota di Kota Batam. Indomaret Orchid Park masuk didalam naungan PT Indomarco Prismatama dan merupakan bagian grup salim dalam segmen gerai market penyedia keperluan utama rumah tangga. Peneliti mendapatkan masalah yang berkaitan dengan kualitas produk, seperti dibawah ini :



Gambar 1.1 Ulasan Negatif pada Indomaret Orchdi Park 11
Sumber : Indomaret Keseharian Budaya Kerjaku, tahun 2023

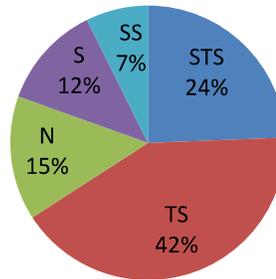
Dari gambar 1.1 yang ada diatas, bahwa masih ada sejumlah keluhan dari pelanggan yang menerangkan bahwa ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang ditemukan dalam kurangnya perhatian pada kerapihan produk di Indomaret Orchid park 11 yang mengakibatkan minimnya keputusan pembelian pada Indomaret Orchid Park 11. Kemudian untuk jenis promosi yang disediakan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Daftar Jenis Promosi Setiap Bulan

No	Indomaret	Alfamart
1	PBI (Promo Bulan Ini)	Ronda Sore Alfamart
2	PTW (<i>Product Of The Week</i>)	Promo Paling Murah Sejangat
3	H5H (Hanya Lima Hari)	ShopeePay Murmer Alfamart
4	HTH (Hanya Tiga Hari)	Promo Serba Gratis Alfamart
5	Promo Gajian	JSM
6	Promo Klik	Promo PSM
7	Promo Member	Promo Serba
8	Minyak Murah	Promo Member Only
9	Promo Fair	Promo HBPL
10	-	Digital Service
11	-	Promo Gantung
12	-	PWP

Sumber :Indomaret Orchid Park 11 Batam dan Alfamart Orchid Batam, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 pada jenis promosi yang disediakan pada setiap bulannya yang diadakan oleh Indomaret Orchid Park 11 dan Alfamart Orchid Park menampilkan beragam promosi yang ditawarkan, promosi pada Alfamart Orchid Park lebih banyak yang diberikan kepada konsumen yang dapat dinikmati sehingga menyebabkan rendahnya keputusan pembelian pada Indomaret Orchid Park 11. Promosi dapat berjalan dengan baik apabila keragaman dari produk terpenuhi secara maksimal, terpenuhinya keragaman produk yang dibutuhkan konsumen dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1.2 Responden Konsumen Terhadap Keragaman Produk
Sumber : Diagram hasil pra survey penelitian, tahun 2023

Dari data pra survey kepada 42 responden diatas yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan ketidakpuasan pelanggan akan minimnya variasi jenis produk beserta minimnya variasi ukuran produk yang dapat memberi pengaruh rendahnya keputusan pembelian di Indomaret Orchid Park 11 Batam. Untuk lebih jelasnya peneliti menampilkan data penjualan Indomaret Orchid Park 11 Batam sebagai berikut :

Tabel 1.2 Data Total Penjualan Bulanan Tahun 2022 di Indomaret Orchid Park

No	Month	Hasil Pemasaran
1	January	Rp. 326.781.168
2	February	Rp. 311.456.600
3	March	Rp. 342.259.592
4	April	Rp. 328.900.050
5	May	Rp. 341.071.300
6	June	Rp. 314.784.323
7	July	Rp. 324.514.913
8	Agust	Rp. 317.947.005
9	September	Rp. 317.047.987
10	October	Rp. 316.938.997
11	November	Rp. 316.129.007
12	December	Rp. 315.998.767

Sumber : Indomaret Orchid Park 11, tahun 2022

Dari data diatas dapat dilihat penjualan di Indomaret Orchid Park 11 menurun yang disebabkan oleh kualitas prdouk yang tidak baik, jenis promosi yang lebih sedikit dari pesaingnya, dan keragaman produk yang masih kurang untuk keperluan konsumen sehingga mengakibatkan konsumen kurang berminat untuk melakukan keputusan pembelian

Berdasarkan dari latar belakang, untuk itu peneliti ingin mengambil perkara terlaksananya pengamatan terfokus pada **“Pengaruh kualitas produk, promosi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pelanggan Indomaret Orchid Park 11”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dasar masalah sebelumnya dipersempit seperti dibawah ini :

1. Kurangnya perhatian atas kerapihan, pemenuhan kualitas produk Indomaret Orchid Park 11 berakibat pada rendahnya keputusan pembelian.
2. Kurangnya promosi yang dilakukan Indomaret Orchid Park 11 kepada konsumen yang berakibat rendahnya keputusan pembelian pada promosi yang sedang berlangsung.
3. Keragaman produk Indomaret Orchid Park 11 yang masih sedikit menyebabkan rendahnya keputusan pembelian
4. Menurunnya penjualan yang disebabkan oleh kualitas produk yang kurang diperhatikan, jenis promosi yang lebih sedikit dibandingkan dengan pesaingnya, dan keragaman produk sedikit.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti telah menetapkan atas dasar permasalahan ialah kualitas produk (X_1), promosi (X_2) dan keragaman produk (X_3) yang menjadi variable independen sedangkan keputusan pembelian (Y) menjadi variable dependennya. Keseluruhan dari konsumen Indomaret Orchid Park 11 Batam sebagai penerima kuisisioner penelitian.

1.4 Rumusan Masalah

Peneliti telah mengidentifikasi dan dipersempit sehingga dirumuskan seperti:

1. Sejauh mana kualitas produk mempengaruhi pada keputusan pembelian di Indomaret Orchid Park 11 Batam?
2. Sejauh mana promosi mempengaruhi pada keputusan pembelian di Indomaret Orchid Park 11 Batam?
3. Bagaimana keragaman produk mempengaruhi secara parsial pada keputusan pembelian di Indomaret Orchid Park 11 Batam
4. Seperti apa kualitas produk, promosi dan keragaman produk mempengaruhi serentak pada keputusan pembelian?

1.5. Tujuan Penelitian

Peneliti melakukan penelitian untuk mencapai beberapa hal :

1. Untuk mengetahui dampak kualitas produk pada keputusan pembelian di Indomaret Orchid Park 11 Batam.
2. Untuk mengetahui dampak promosi pada keputusan pembelian di Indomaret Orchid Park 11 Batam.

3. Untuk memahami dampak keragaman produk pada keputusan pembelian di Indomaret Orchid Park 11 Batam.

1.6. Manfaat penelitian

1.6.1 Secara Teoritis

Mampu dijadikan panduan juga berguna untuk penelitian seterusnya untuk dapat memahami keterkaitan antara kualitas produk, promosi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian

1.6.2 Secara Praktis

1. Pada Peneliti

Dalam studi penelitian juga menerapkan teori-teori dari perkuliahan menambah pengetahuan dan wawasan.

2. Pada Universitas Putera Batam

Dalam studi penelitian ini mampu mengembangkan teori hingga kemampuan dibidang ilmu pengetahuan berkaitan dengan pemasaran

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam studi penelitian mampu menjadi landasan materi kepada peneliti seterusnya di era yang akan datang.