

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi membuat perkembangan ekonomi semakin meningkat, khususnya pada bidang usaha mengalami peningkatan yang signifikan. Saat ini bermacam-macam jenis usaha telah bermunculan dan mempunyai peluang yang cukup menjanjikan seperti usaha di bidang pakaian, peralatan, makanan dan sebagainya (Iswahyudi & Prabawati, 2022). Salah satu perkembangan bisnis yang cukup menjanjikan di era sekarang adalah bisnis ritel. Industri ritel merupakan suatu industri yang melakukan produk dan jasa pelayanan dengan memberikan nilai tambah guna mencukupi kebutuhan individu, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang dijual pada bisnis ritel sebagian besar berguna untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan juga sembilan bahan pokok. Perkembangan industri ritel yang semakin meningkat telah memberikan kontribusi besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) dan membantu menyerap tenaga kerja dalam jumlah signifikan. Industri ritel dapat berkembang pesat dikarenakan menawarkan kenyamanan saat berbelanja dengan akses yang mudah (Ong et al., 2020)

Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil ataupun sukses apabila terdapat jumlah konsumen yang tinggi sehingga jumlah pendapatan penjualan tinggi dan keuntungan yang diperoleh juga tinggi. Peningkatan jumlah konsumen terjadi dikarenakan berbagai faktor yang mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian yang dialami oleh para konsumen. Keputusan pembelian konsumen dapat didefinisikan sebagai hasil akhir dari keinginan individu atau rumah tangga untuk membeli barang dan jasa guna keperluan pribadi. Keputusan pembelian konsumen merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar akan membeli produk yang telah ditentukannya. Dengan keputusan pembelian yang tinggi akan membuat perusahaan akan mendapat keuntungan yang lebih tinggi. Menurut Susanto, (2019) Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen mulai tahapan tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu produk. Ditambahkan oleh Assauri, (2018) keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atau pembeli, dipengaruhi pula oleh kebiasaan. Kebiasaan pembeli mencakup kapan waktunya pembelian dilakukan, dalam jumlah berapa pembeli dilaksanakan, dan dimana pembelian tersebut dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk di toko tidak hanya didasarkan pada kebutuhan dasar, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, dan *Layout*. Ketiga elemen ini memiliki peran penting dalam membentuk persepsi, preferensi, dan loyalitas konsumen terhadap sebuah toko (Angala et al., 2022).

Setiap pengusaha harus meningkatkan kekuatan dalam usahanya dengan cara menciptakan keunikan tersendiri yang berbeda dari lainnya, seperti memberikan kualitas produk yang baik bagi konsumen. Kualitas produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, dengan tujuan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan suatu individu. Sebuah toko sebaiknya mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas mencerminkan semua aspek produk yang memberikan manfaat bagi pelanggan. Istilah nilai (*value*) sering digunakan untuk menggambarkan kualitas relatif suatu produk jika dibandingkan dengan harganya. Pengaruh kualitas terhadap pangsa pasar biasanya

bergantung pada bagaimana kualitas tersebut didefinisikan. Jika kualitas dianggap sebagai keandalan dan estetika tinggi (sejauh mana produk memenuhi standar yang ditetapkan), maka hubungan dengan pangsa pasar cenderung positif. Namun, jika kualitas produk didefinisikan berdasarkan penampilan yang sangat baik atau daya tarik yang lebih besar, produk tersebut mungkin lebih mahal untuk diproduksi dan dapat dijual dalam jumlah lebih sedikit karena harga yang lebih tinggi (Ashuri, 2021).

Kualitas produk merupakan ciri khas yang dimiliki oleh suatu produk tersebut, yang memiliki keterlibatan terhadap kemampuan memenuhi permintaan para konsumen. Kualitas produk adalah *feedback* yang diperoleh dari konsumen bukan dari perusahaan jadi, setelah konsumen membeli suatu produk tersebut akan ada faktor yang dapat mempengaruhi dari kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen. Menurut Erawati, (2019) kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi suatu keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk, maka semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Rata-rata konsumen di hadapkan dengan berbagai pertimbangan sebelum melakukan pembelian suatu produk, konsumen akan memperhatikan kualitas produk yang akan mereka beli semakin baik kualitas produk tersebut maka semakin meningkat jumlah penjualan produk tersebut. Penelitian menurut Saribu et al., (2020) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin bagus kualitas produk suatu produk maka semakin meningkat keputusan pembeliannya. Hal ini berarti bahwa kualitas produk dapat di definisikan sebagai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Faktor lainnya yang mempengaruhi pengambil keputusan konsumen untuk membeli suatu produk adalah harga. Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Namun, dalam konteks lain, harga dapat diartikan sebagai jumlah yang harus dibayarkan oleh pembeli untuk memperoleh barang ataupun jasa. Dalam hal ini, harga berfungsi sebagai cara untuk membedakan produk atau layanan yang ditawarkan dari pesaing. Oleh karena itu, penetapan harga dapat dianggap sebagai bagian dari strategi diferensiasi produk dalam pemasaran. Harga memiliki peran yang sangat penting dan berdampak besar bagi konsumen. Bagi sebagian konsumen, harga bisa menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk yang akan dibeli. Sementara itu, setiap pengusaha memiliki kebijakan tersendiri dalam menentukan persentase harga yang diterapkan pada setiap produk atau barang yang mereka jual (Kholid & Santoso, 2023). Harga juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, harga yang terlalu tinggi sering kali menjadi pertimbangan bagi konsumen sebelum membeli produk, dan tidak jarang orang berpendapat bahwa harga di swalayan yang relatif murah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Purwanto & Sumiyati, (2024) menjelaskan Harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga yang terlalu mahal juga menjadi pertimbangan bagi konsumen sebelum membeli produk, tidak jarang orang berpendapat bahwa harga di swalayan relatif murah ini menjadi salah satu masalah yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Terdapat empat kriteria yang menggambarkan harga, yaitu : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga

yang sesuai dengan daya beli. Pertama, keterjangkauan harga bagi konsumen, sehingga konsumen dapat membeli produk dengan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Biasanya, suatu merek memiliki berbagai jenis produk dengan harga yang bervariasi, mulai dari yang termurah hingga yang termahal. Dengan harga yang ditetapkan, banyak konsumen yang tertarik untuk membeli produk tersebut. Kedua, harga yang sesuai kemampuan atau daya saing harga karena konsumen seringkali membandingkan harga produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini, harga suatu produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen mempertimbangkan apakah harga tersebut terlalu mahal atau terjangkau. Ketiga, kesesuaian harga dengan kualitas produk karena harga seringkali digunakan sebagai indikator kualitas oleh konsumen. Banyak orang memilih produk dengan harga lebih tinggi di antara dua pilihan karena mereka merasa ada perbedaan kualitas. Jika harga lebih tinggi, konsumen cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik. Keempat, kesesuaian harga dengan manfaat yang didapat oleh konsumen yang akan membeli produk, jika manfaat yang dirasakan sesuai atau lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan maka konsumen akan cenderung untuk membeli produk tersebut. Jika manfaat produk dirasa lebih kecil daripada harga yang dibayar, konsumen akan menganggap produk tersebut mahal dan mungkin ragu untuk melakukan pembelian ulang (Ambarwati et al., 2020)

Faktor selanjutnya tata letak (*Layout*) adalah keputusan yang sangat penting karena mempengaruhi efisiensi operasional dalam jangka panjang. Tata letak memiliki pengaruh strategis yang besar karena menentukan daya saing perusahaan terkait dengan proses, fleksibilitas, kapasitas, kualitas lingkungan kerja, biaya, interaksi dengan pelanggan, serta citra perusahaan. Tata letak dalam suatu usaha dapat berkaitan dengan penataan toko (*store Layout*) dan juga penataan produk (*product Layout*). Penataan toko (*store Layout*) adalah pengaturan ruang yang mencakup penataan produk, posisi kasir, serta jalur pergerakan konsumen saat berbelanja di sebuah toko. Pemilik usaha perlu menyusun penataan toko (*store Layout*) yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Tata letak ruang yang baik akan mempermudah konsumen dalam menemukan barang-barang yang mereka cari, sehingga meningkatkan kenyamanan mereka saat menjelajahi toko. Selain itu, penataan toko (*store Layout*) yang efektif akan meningkatkan kenyamanan konsumen saat berbelanja dan mempermudah pemilik bisnis dalam menampilkan produk baru. Hal ini juga membantu konsumen untuk lebih mudah menemukan barang-barang yang mereka butuhkan sesuai dengan kebutuhan mereka. Penataan toko yang tepat akan berpengaruh positif terhadap perkembangan toko, dengan memfasilitasi pencapaian keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, tujuan bisnis toko dapat tercapai dengan memperoleh target pendapatan dari penjualan yang telah ditetapkan (Iswahyudi & Prabawati, 2022).

Penataan produk (*product Layout*) adalah metode untuk menata barang atau produk di dalam toko atau etalase. Penataan yang menarik akan membuat konsumen lebih tertarik untuk melihat produk tersebut dan akhirnya memutuskan untuk membelinya. Biasanya, penataan produk juga di tempatkan di sekitar area kasir dan ruang yang memudahkan pergerakan pelanggan di dalam toko. Tata letak produk yang tepat dan strategis akan sangat menguntungkan, karena konsumen cenderung menyukai pengaturan

yang rapih, terorganisir, dan mudah dijangkau. Dengan harga yang sesuai serta variasi produk yang lengkap, penataan yang baik dapat mempengaruhi minat konsumen dalam membuat keputusan pembelian (Kholid & Santoso, 2023)

Kini di kota bahkan di kota-kota kecil di Indonesia, bisnis ritel mulai banyak dilirik kalangan pengusaha, sebab memiliki pengaruh positif terhadap jumlah lapangan pekerjaan dan keuntungan yang menjajikan, dengan sistem pemasaran format self service, yaitu konsumen membayar dikasir yang sudah disediakan. Adanya sentuhan teknologi, yang terintegrasi pada perangkat lunak (*software*), memudahkan pencatatan dengan menggunakan komputer, baik itu pencatatan aktifitas dan transaksi dari administrator, kasir, kepala gudang dan lain sebagainya, membuat manajemen atau pengelolaannya rapi dan terkontrol serta laporan transaksi dapat di evaluasi setiap bulannya.

Dari pemaparan variabel diatas terdapat gap riset penelitian yang dilakukan oleh (Sutrisno et al., 2023) yang berjudul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk wardah. Teknik pengambilan sampel adalah *probability sampling* dan *incidental sampling* dan diperoleh 134 responden digunakan sebagai sampel. Metode analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel idependen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Salah satu bisnis ritel yang berada di kabupaten Jember adalah toko Rindang Khatulistiwa, toko ini berdiri sejak tahun 2011. Toko ini merupakan anak perusahaan Senyum Media Group yang di dirikan oleh Bapak Khalid Ansari. Lokasi toko Rindang Khatulistiwa berada di Jl. Kalimantan No.23, Krajan Timur, Sumbersari, Kabupaten Jember. Toko Rindang Khatulistiwa termasuk dalam jenis toko khusus (*speciality store*) karena took tersebut hanya menjual kebutuhan rumah tangga seperti contohnya panci, wajan, lemari, dan lain-lain. Banyak pelaku bisnis ritel khususnya di bidang peralatan rumah tangga yang berkembang di Jember dengan menawarkan produk yang tidak kalah menarik tetapi tetap saja banyak konsumen yang memilih berkunjung ke toko Rindang. Dikarenakan lokasi yang tidak jauh dari kampus dan memiliki prkiran yang luas sehingga mendatangkan konsumen dari kalangan mahasiswa untuk membeli kebutuhan peralatan indekos.

Hasil survei menunjukkan bahwa konsumen yang sering melakukan transaksi pembelian di Toko Rindang Khatulistiwa memiliki tiga alasan utama, yaitu kualitas produk, harga, serta *Layout*. Dilihat dari segi produk yang dijual, memiliki kualitas produk yang bagus dan beragam, dan dari segi harga sebagian dari konsumen merasa bahwa harga yang terpatok bernilai lebih tinggi atau lebih mahal dari toko lain. Selain itu dilihat dari segi *Layout* yang Toko Rindang Khatulistiwa tergolong rapi, unik, dan kreatif dalam penataan produknya. Produk-produk tersebut disusun sesuai dengan katagori atau jenis barang, seperti pada penataan barang pecah belah yang di susun atas urutan piring dan mangkok dalam satu deret rak, serta berbagai jenis produk lainnya yang disusun rapi berdasarkan kategori produk masing-masing. Tata letak toko yang unik dan rapih memudahkan para konsumen untuk mencari dan memilih barang tanpa harus melibatkan karyawan toko untuk bertanya.

Tabel 1.1
Data Penjualan Toko Rindang Khatulistiwa Jember Tahun 2023

No	Bulan	Penjualan/Bulan
1	Januari	Rp 1.044.000.000
2	February	Rp 1.141.550.000
3	Maret	Rp 1.301.392.000
4	April	Rp 1.381.982.000
5	Mei	Rp 1.230.082.000
6	Juni	Rp 1.007.880.000
7	Juli	Rp 1.291.088.000
8	Agustus	Rp 2.018.224.000
9	September	Rp 1.276.213.000
10	Oktober	Rp 1.259.938.000
11	November	Rp 1.123.757.000
12	Desember	Rp 1.182.206.000

Sumber : Toko Rindang Khatulistiwa

Pada Tabel 1.1 menunjukkan jumlah setiap bulannya pada tahun 2023 di ketahui bahwa terjadi fluktuasi setiap bulan. Permasalahan yang menyebabkan terjadinya hal ini karena adanya situasi-situasi dimana pada bulan-bulan terjadi pembelian yang cukup besar. Pada bulan Juni 2023 Toko Rindang mengalami penurunan jumlah pembelian yang sangat besar, tapi pada bulan berikutnya pada bulan Agustus 2023 mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Hal ini bisa disebabkan karena adanya tempat-tempat berbelanja baru yang lebih murah di jember. Oleh karena itu pihak manajemen di tuntut untuk bisa memberi keyakinan kepada masyarakat atau konsumen setia Toko Rindang Khatulistiwa dengan cara agar bisa kembali melakukan pembelian di toko tersebut. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Layout* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Rindang Khatulistiwa”.

1.2 Rumusan Masalah

Pada latar belakang masalah tersebut dapat dilihat bahwa Toko Rindang Khatulistiwa dalam mendapatkan kepercayaan konsumen, toko Rindang harus lebih lagi menyesuaikan harga agar calon pelanggan maupun pelanggan lama tetap melakukan keputusan pembelian, untuk meraih kepercayaan pembeliam pelanggan, maka pernyataan yang dapat dirumuskan pada rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Toko Rindang Khatulistiwa Jember?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Toko Rindang Khatulistiwa Jember ?
3. Apakah *store Layout* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Toko Rindang Khatulistiwa Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan di Toko Rindang Khatulistiwa Jember.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui signifikan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Toko Rindang Khatulistiwa Jember.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh signifikan *store Layout* terhadap keputusan pembelian pelanggan di Toko Rindang Khatulistiwa Jember.

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, diharapkan peneliti dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut :

1. Bagi Toko Rindang Khatulistiwa Jember
Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Dengan memahami pengaruh kualitas produk, harga dan *Layout*, manajemen toko dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.
2. Bagi Akademis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan tambahan informasi atau referensi bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Selain itu penelitian ini juga dapat memperkaya literatur yang ada mengenai pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap keputusan pembelian.
3. Bagi Peneliti
Memberikan tambahan pengetahuan, wawasan dan pemahaman tentang keputusan pembelian konsumen dengan menggunakan pengamatan terhadap kualitas produk, harga dan *Layout* terhadap keputusan konsumen sebagai pemecah masalah dalam bagi Toko Rindang Khatulistiwa Jember.