

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Perkembangan bisnis saat ini berjalan dengan pesatnya menyebabkan persaingan semakin ketat. Hal ini menuntut perusahaan untuk lebih peka, kritis dan aktif terhadap perubahan yang terjadi. Setiap perusahaan harus dapat melihat kondisi pangsa pasar, sehingga perusahaan akan dapat membuat produk sesuai dengan keinginan pelanggan, dengan demikian produk tersebut akan dapat diterima oleh pelanggan dan bersedia membeli produk yang ditawarkan. Selain mendapatkan pelanggan, perusahaan juga harus mempunyai cara untuk mempertahankannya, salah satunya dengan menjaga kepuasan pelanggan. Karena apabila kepuasan seorang konsumen sudah terpenuhi maka dapat diperkirakan konsumen tersebut akan menjadi loyal pada produk perusahaan itu sendiri (Kolter, 2005: 13).

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah tempat atau lokasi dimana perusahaan atau penyedia produk atau pelayanan berada. Menurut Swastha(2002:24), Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Perusahaan yang bergerak di sektor jasa diharapkan memiliki lokasi yang dekat dengan pasar yang dituju untuk mencapai kesuksesan. Menurut Kotler (2009:80) tujuan dari penentuan lokasi yang tepat bagi perusahaan adalah agar dapat beroperasi dengan efisien dan dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Perusahaan terkait dalam memilih lokasi harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi biaya, kecepatan waktu, kemudahan sarana yang diperlukan. Lokasi yang berada di keramaian dan berada pada jangkauan konsumen akan memudahkan perusahaan memperoleh konsumen. Konsumen akan mudah untuk datang melakukan pembelian terhadap jasa yang ditawarkan.

Tempat yang nyaman dan memiliki nuansa dan suasana yang khas juga berpengaruh terhadap minat dan kepuasan konsumen.

Faktor kedua adalah kelengkapan produk, Menurut Hendri (2005) Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel.

Harga merupakan faktor yang sangat penting dalam rangka menciptakan kepuasan konsumen. Kotler dan Amstrong (2008:345) menyebutkan, harga dalam arti sempit adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran dan satu-satunya hal yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Harga digunakan sebagai informasi yang intensif sehingga orang bisa menentukan nilai produknya (Yulisetiari *et al.* 2017). Harga yang lebih rendah dari para kompetitor atas sebuah produk akan menarik minat konsumen untuk membeli. Selanjutnya kualitas produk atau jasa yang menentukan kepuasan atas produk atau jasa yang ditawarkan. Konsumen akan menciptakan sebuah persepsi atas sebuah produk yang dijual, oleh karena itu kualitas produk diharapkan sesuai dengan harga. Harga yang diberikan terhadap sebuah produk atau jasa sesuai dengan kualitas, maka konsumen akan membeli dan merasa puas. Harga dan kualitas tidak sesuai, jika perusahaan memasang harga yang tinggi dengan kualitas produk atau jasa yang kurang baik maka konsumen akan enggan membeli dan akan kecewa. Rasa kecewa yang dirasakan konsumen akan membuat konsumen tersebut memberikan informasi negatif kepada calon konsumen dan konsumen lain. Hal ini akan merugikan bagi perusahaan.

Toko grosir Sinar Madinah Jaya yang beralamat di desa sruni, kecamatan klakah, kota Lumajang ini selalu berusaha untuk selalu dapat menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan para pesaingnya, toko yang menjual barang-barang kebutuhan sehari ini berusaha untuk selalu meningkatkan kepuasan

konsumen dari waktu ke waktu melalui strategi-strategi yang mampu menunjang usahanya. Di tengah persaingan yang semakin ketat di antara pelaku bisnis sejenis ini memungkinkan adanya perjuangan yang keras dalam mempertahankan keberadaan dari sekian banyak usaha ritel di Indonesia pada umumnya serta di kota Lumajang pada khususnya. Dengan meningkatkan kepuasan konsumen, akan sangat berpengaruh terhadap intensitas pembelian konsumen di masa yang akan datang.

Persaingan bisnis di bidang retail semakin ketat, mengakibatkan terjadinya kejenuhan pasar yang disebabkan oleh semakin banyaknya pelaku bisnis di bisnis ini. Dengan berkembangnya bisnis sejenis ini di pasar membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehari-hari. Toko grosir Sinar Madinah Jaya perlu menerapkan strategi yang tepat untuk mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian ulang agar intensitasnya dapat terjaga. Untuk dapat menerapkan strategi yang tepat dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, perlu diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ulang dan faktor mana yang paling dominan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ulang. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, akan dapat memudahkan pelaku usaha dalam mengambil langkah-langkah dalam kegiatan pemasaran yang akan dilakukan, sehingga probabilitas perusahaan juga akan semakin meningkat karena semakin intensifnya konsumen dalam melakukan pembelian di perusahaannya. Dalam bisnisnya, toko grosir Sinar Madinah Jaya memiliki beberapa pesaing baik langsung maupun tidak langsung seperti Indomaret, Alfamart, toko Barokah, dan pemasok-pemasok lainnya. Dalam persaingan bisnis ini, toko Sinar Madinah Jaya tergolong pendatang baru.

Data penjualan toko grosir Sinar Madinah Jaya selama beberapa bulan menunjukkan adanya penurunan penjualan. Sehingga perlu bagi pemilik perusahaan untuk mengetahui penyebab terjadinya penurunan penjualan tersebut. Adapun data penjualan toko Sinar Madinah Jaya sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data jumlah penjualan per bulan Toko Amin jaya**

No.	Bulan	Jumlah penjualan
1	Oktober 2017	186,259,850
2	November 2017	261,625,018
3	Desember 2017	250,967,850
4	Januari 2018	259,213,450
5	Februari 2018	283,141,250
6	Maret 2018	208,674,800
7	April 2018	208,540,950
8	Mei 2018	145,761,000
9	Juni 2018	185,160,700

Sumber : Toko Sinar Madinah Jaya

Perlu keseriusan pemilik untuk mengetahui apa yang menjadi penyebab menurunnya omset penjualan. Salah mengambil keputusan dapat menyebabkan semakin menurunnya omset penjualan dikarenakan beralihnya pelanggan ke toko lainnya.

Untuk mengetahui strategi apa saja yang harus di lakukan oleh pemilik perusahaan dalam menjaga posisi persaingan tersebut, maka penulis bermaksud melakukan sebuah penelitian dengan judul :

**“PENGARUH FAKTOR LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN (Studi kasus Toko Grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang) .”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana lokasi berpengaruh terhadap pembelian ulang pada toko grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang?
2. Bagaimana kelengkapan produk berpengaruh terhadap pembelian ulang pada toko grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang?
3. Bagaimana harga berpengaruh terhadap pembelian ulang pada toko grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap pembelian ulang konsumen toko grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kelengkapan produk terhadap pembelian ulang konsumen toko grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap pembelian ulang konsumen toko grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Digunakan sebagai tambahan pengetahuan tentang keadaan toko grosir Sinar Madinah Jaya sebenarnya saat ini beserta permasalahannya, khususnya dalam hal lokasi, kelengkapan produk dan harga.

## 2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk pihak perusahaan dalam menentukan lokasi, kelengkapan produk dan harga yang dapat membuat konsumen melakukan pembelian ulang.

## 3. Bagi peneliti

Dapat digunakan sebagai informasi dan acuan untuk penelitian selanjutnya yang tertarik dalam bidang penelitian yang sama.

