

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian dan perkembangan teknologi yang telah mengalami perubahan memberikan dampak positif terutama bagi pembangunan disektor ekonomi. Hal ini dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat, tidak terbatas pada satu individu atau golongan tertentu saja. Keadaan ini ditandai dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat, kebutuhan hidup dan semakin banyaknya unit-unit usaha yang berkembang.

Pusat pembelanjaan sebagai salah satu bentuk sebuah unit usaha yang menjual berbagai macam barang kebutuhan semakin diminati masyarakat. Hal ini terlihat dari banyaknya usaha swalayan yang memiliki banyak kelebihan dibanding dengan pasar-pasar tradisional. Munculnya swalayan-swalayan ini menyebabkan meningkatnya persaingan antar pengusaha. Para pemasar bersaing untuk mengungguli pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Berhasil tidaknya suatu usaha dalam menjual jasa tergantung dari usaha yang keras dalam pemasaran. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan kegiatan pemasaran adalah dengan cara memahami perilaku konsumen, dimana pasar harus melihat serta mampu memahami siapa konsumen, bagaimana perilakunya dan faktor-faktor apa yang berhubungan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa.

memperhatikan hal tersebut maka akan semakin menarik para konsumen untuk berbelanja di swalayan BINTER.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka menarik untuk dilakukan suatu penelitian dengan judul : Analisis Beberapa Faktor yang Berhubungan dengan Keputusan Konsumen Berbelanja di Swalayan Binter Bojonegoro, dengan maksud untuk mengetahui sampai sejauh mana konsumen dalam melakukan pembelian di swalayan BINTER dan faktor-faktor apa-saja yang berhubungan dengan konsumen dalam melakukan pembelian.

1.2 Perumusan Masalah

Pada kenyataannya terdapat banyak sekali faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumen terutama dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian di pasar swalayan. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan antara kelengkapan barang dengan keputusan pembelian konsumen di swalayan BINTER Bojonegoro ?
2. Bagaimana hubungan antara pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen di swalayan BINTER Bojonegoro ?
3. Bagaimana hubungan antara harga dengan keputusan pembelian konsumen di swalayan BINTER Bojonegoro?
4. Bagaimana hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian konsumen di swalayan BINTER Bojonegoro ?

5. Variabel manakah yang mempunyai hubungan paling kuat dengan keputusan pembelian konsumen di swalayan BINTER Bojonegoro ?

1.3 Pembatasan Masalah

Pada kenyataannya banyak sekali variabel-variabel atau faktor-faktor yang berhubungan dengan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Akan tetapi tidak memungkinkan untuk dianalisis semua variabel yang ada, sehingga hanya dibatasi pada kelengkapan barang, pelayanan, harga dan lokasi yang ada di swalayan BINTER Bojonegoro.

1.4 Tujuan Penelitian

Di adakan suatu penelitian tentunya tidak terlepas dari suatu tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara kelengkapan barang dengan keputusan pembelian konsumen di swalayan BINTER Bojonegoro.
2. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen di swalayan BINTER Bojonegoro.
3. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara harga dengan keputusan pembelian konsumen di swalayan BINTER Bojonegoro.
4. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian konsumen di swalayan BINTER Bojonegoro.
5. Untuk mengetahui variabel yang mempunyai hubungan paling kuat dengan keputusan pembelian konsumen di swalayan BINTER Bojonegoro.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai macam manfaat, antara lain bagi :

1. Perusahaan (pemilik swalayan)

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan khususnya untuk melakukan kebijaksanaan pemasaran.

2. Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang masalah yang ada hubungannya dengan perilaku konsumen.

3. Pihak lain

Penelitian dapat dijadikan perbandingan dan informasi dalam penelitian yang sejenis.

