

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang sangat pesat menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis. Hal tersebut berdampak pada perekonomian yang terus meningkat membuat kebutuhan manusia juga terus bertambah. Kebutuhan manusia yang semakin tinggi menyebabkan suatu perusahaan harus terus berinovasi dan memiliki strategi pemasaran yang baik demi mendorong konsumen melakukan pembelian. Salah satu kegiatan usaha yang dibutuhkan pada masa ini adalah kegiatan usaha ritel yaitu pasar swalayan seperti supermarket dan minimarket. Sebagai contoh yaitu Yomart, Alfamart, Indomaret, dan Transmart. Pasar-pasar tersebut memiliki peranan penting dalam mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Para peritel ini menawarkan berbagai hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kenyamanan saat berbelanja, variasi produk, kualitas produk, dan tentu saja harga produk yang lebih murah dapat menjadi pengaruh yang besar dalam keputusan pembelian konsumen.

Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Menurut Tjiptono (2012:151) dalam Jurnal (Anwar, 2015) “harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (*exchange*) dalam pemasaran”. Harga menjadi salah satu hal yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penetapan harga yang salah dapat mengakibatkan

jumlah penjualan dan keputusan pembelian tidak maksimal sehingga menyebabkan penjualan menurun dan pangsa pasar berkurang.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang melibatkan persepsi oleh konsumen untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, dan pelayanan. Dalam keputusan pembelian ini, biasanya konsumen mencari informasi terkait produk atau jasa yang dibutuhkan dengan melihat beberapa faktor tersebut dan memilih alternatif terbaiknya.

Yomart merupakan perusahaan ritel modern yang berfokus di bidang minimarket yang melayani kebutuhan masyarakat akan barang kebutuhan sehari-hari. Yomart merupakan bagian dari perusahaan Yogya Group, yaitu sebuah perusahaan ritel dengan konsep Minimarket, Supermarket dan Departement Store dengan *brand* yang digunakan dengan nama Yomart, Griya dan Yogya. Sampai saat ini, Yomart sudah memiliki kurang lebih 250 cabang yang telah dibuka dan tersebar di wilayah Jawa Barat. Salah satu cabang yang menarik perhatian peneliti yaitu Yomart Sagaracipta yang berlokasi di Jl. Raya Pacet, Garduh, RT.01/RW.03 Kec. Ciparay, Kab. Bandung.

Tingginya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari berdampak pada bermunculannya grosir dan toko kelontong yang menawarkan harga lebih murah dan terjangkau. Peneliti melakukan penelitian berupa wawancara kepada kepala toko Yomart Sagaracipta, mengatakan bahwa Yomart Sagaracipta mengalami penurunan konsumen pada satu tahun terakhir, yakni tahun 2022. Diketahui dari tahun 2018 saat Yomart Sagaracipta berdiri, bahwa pada tahun

2022, Yomart Sagaracipta mengalami kondisi fluktuatif, dimana terjadinya naik-turun penjualan. Penjualan biasanya meningkat pada saat *high season* seperti saat menjelang bulan Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri. Namun ketika memasuki bulan-bulan *low season* dimana terjadinya penurunan penjualan.

Berdasarkan hasil survei kepada 15 konsumen yang pernah melakukan pembelian di Yomart Sagaracipta mengenai harga dan keputusan pembelian.

Tabel 1. 1 Survei Harga

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
Harga			
1	Apakah menurut anda Yomart Sagaracipta memiliki harga yang lebih murah dari toko lain?	20%	80%
2	Apakah kualitas produk yang diberikan Yomart Sagaracipta sudah sesuai dengan harga yang ditawarkan?	86,7%	13,3%
3	Apakah anda membandingkan harga produk Yomart Sagaracipta dengan produk di tempat lain sebelum melakukan pembelian?	93,3%	6,7%
4	Apakah harga produk yang ditawarkan di Yomart Sagaracipta sudah sesuai dengan manfaat?	46,7%	53,3%

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Tabel 1. 2 Survei Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
	Keputusan Pembelian		
1	Apakah anda mencari informasi terlebih dahulu mengenai harga produk di Yomart Sagaracipta sebelum melakukan pembelian?	80%	20%
2	Apakah anda melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian pada Yomart Sagaracipta?	93,3%	6,7%
3	Apakah anda memilih produk yang ditawarkan di Yomart Sagaracipta daripada di toko lain?	40%	60%
4	Apakah anda melakukan pembelian pada Yomart Sagaracipta sesuai kebutuhan?	86,7%	13,3%
5	Apakah anda sering melakukan pembelian ulang di Yomart Sagaracipta?	33,3%	66,7%

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan tabel survei pada 15 konsumen Yomart Sagaracipta. Hasil penelitian yang dilakukan, diketahui terdapat masalah dalam keputusan pembelian, yaitu:

1. Evaluasi Alternatif

Terjadinya pertimbangan dengan toko lain yang ada di Garduh, Sagaracipta yang dilakukan oleh konsumen. Fenomena yang ditemui oleh peneliti yaitu konsumen sering kali melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian dengan toko kelontong dan juga grosir eceran yang berada di sekitar Yomart Sagaracipta. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan tabel hasil survei kepada 15 konsumen yang pernah

melakukan pembelian yaitu sebanyak 93,3% konsumen melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian di Yomart Sagaracipta.

2. Perilaku Pascapembelian

Konsumen mengalami rasa ketidakpuasan saat membeli produk di Yomart Sagaracipta sehingga minat beli ulang menjadi berkurang karena produk yang ditawarkan di tempat lain lebih terjangkau harganya. Dapat dilihat dari tabel hasil survei yang diberikan kepada 15 konsumen yang pernah berbelanja di Yomart Sagaracipta yaitu sebanyak 66,7% jarang melakukan pembelian ulang di Yomart Sagaracipta.

Hal ini disebabkan oleh:

1. Daya Saing Harga

Harga produk yang dijual di Yomart relatif lebih mahal dibandingkan dengan harga produk di tempat lain. Berikut contoh perbandingan harga produk yang dijual di Yomart Sagaracipta dengan harga produk di toko kelontong.

No.	Nama Produk	Yomart Sagaracipta	Toko Kelontong Ibu Eulis
1.	Beras 2,5 kg	Rp. 38.100,-	Rp. 31.250,-
2.	Minyak Filma 2 lt	Rp. 43.600,-	Rp. 38.000,-
3.	Terigu Segitiga Biru 1 kg	Rp. 16.500,-	Rp. 14.000,-
4.	Telur 1 kg	Rp. 29.900,-	Rp. 28.000,-
5.	Ultramilk Full Cream 200 ml	Rp. 6.000,-	Rp. 5.000,-

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

2. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Dilihat dari harga produk yang lebih mahal dengan manfaat yang sama di tempat lain menyebabkan konsumen lebih memilih melakukan pembelian di tempat lain. Contohnya yaitu telur yang dijual di Yomart Sagaracipta relatif lebih mahal dengan manfaat yang sama di tempat lain, sedangkan telur yang dijual di pasaran dan toko kelontong biasanya lebih murah.

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti harga dan keputusan pembelian pada Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta dan mengangkatnya ke dalam karya tulis dengan judul **“PENGARUH HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA YOMART MINIMARKET CABANG SAGARACIPTA KABUPATEN BANDUNG”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

- a. Bagaimana gambaran umum Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta?
- b. Bagaimana pelaksanaan harga pada Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta?
- c. Bagaimana kondisi keputusan pembelian pada Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta?
- d. Seberapa besar pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian pada Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta?

- e. Bagaimana hambatan dan upaya dalam mengatasi harga terhadap keputusan pembelian pada Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka secara umum tujuan penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui gambaran umum dari Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta.
- b. Mengetahui pelaksanaan harga yang dilaksanakan oleh Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta
- c. Mengetahui kondisi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta.
- d. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta.
- e. Mengetahui hambatan dan upaya dalam mengatasi harga terhadap keputusan pembelian pada Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai harga serta dalam keputusan

pembelian konsumen juga dapat dijadikan pertimbangan dalam penelitian serupa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak tertentu sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengalaman serta ilmu pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan teori praktek langsung di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan membantu perusahaan agar dapat mengetahui bagaimana pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen dan dapat dijadikan bahan masukan bagi perusahaan untuk menjaga kepercayaan konsumen.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu dan dapat menjadi bahan untuk referensi bagi mahasiswa lain khususnya di bidang manajemen pemasaran.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai harga dan keputusan pembelian konsumen.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Yomart Minimarket Cabang Sagaracipta yang berlokasi di Jl. Raya Pacet, Garduh, RT.01/RW.03 Kec. Ciparay, Kab. Bandung.

1.5.2 Lamanya Penelitian

