

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi dewasa ini ditandai oleh adanya kemajuan suatu daerah khususnya di Gorontalo membuat permintaan kebutuhan konsumen semakin tinggi. Hal ini menyebabkan makin banyaknya usaha yang bermunculan demi memenuhi kebutuhan konsumen. Kebutuhan yang semakin tinggi membuat para produsen dan perusahaan bersaing sangat ketat dalam dunia bisnis. Setiap usaha pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usahanya. Usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan yang diinginkan.

Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Gorontalo memiliki masyarakat yang banyak ragam kelas sosial, latar belakang pendidikan, pekerjaan dan pendapatannya. Sehingga dalam menghadapi kondisi saat ini akan terdapat banyak sekali jawaban yang tentu saja berbeda antara satu dengan yang lain tergantung pada

kebutuhan. Manusia akan tetap berusaha membeli kebutuhan hidupnya walaupun dengan penurunan daya beli. Suasana pasar supermarket mustahil akan ditinggalkan oleh konsumen, karena pasar supermarket merupakan tempat untuk melakukan jual beli barang baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan pelengkap lainnya. Dengan adanya pasar supermarket, konsumen bisa membeli atau berbelanja sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Dalam proses penentuan dimana seseorang akan berbelanja akan terlihat bahwa faktor harga dan kondisi lokasi usaha akan ikut menentukan. Keputusan pembelian biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli seperti faktor harga dan kondisi lokasi usaha. Para pembeli cenderung akan memilih berbelanja pada supermarket yang memiliki harga yang sesuai dengan daya beli dan kondisi lokasi usaha yang strategis.

Sebelum membuat keputusan membeli konsumen biasanya mempertimbangkan banyak faktor, salah satunya adalah faktor harga. Harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga merupakan variabel penting dalam pemasaran. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Selain faktor harga, faktor lain yang perlu diperhatikan adalah faktor lokasi. Lokasi yang strategis, atau dekat dengan konsumen, akan

memudahkan konsumen mendatangi lokasi dimana mereka bisa menemukan kebutuhan yang dibutuhkan. Faktor lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis . Strategi lokasi adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan supermarket di suatu kawasan/ daerah yang dekat dengan konsumen dan aktivitas masyarakat ataupun karamaian. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi akan berpengaruh besar pada pemilik supermarket.

Harga yang ditawarkan apabila sesuai dengan daya beli konsumen dan lokasi usaha yang strategis membuat suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Demikian halnya dengan **SUPERMARKET AMANDA JAYA GORONTALO** yakni suatu usaha yang bergerak dibidang keperluan kebutuhan sehari-hari baik kebutuhan rumah tangga ,mahasiswa, pelajar dan kebutuhan yang secara umum dan yang paling dominan berbelanja adalah mahasiswa. Kenggulan dari usaha ini adalah harga yang ditawarkan cukup kompetitor dan lokasinya yang strategis.

Berikut dapat dilihat jumlah pengunjung/ konsumen yang telah melakukan transaksi pembelian di Supermarket Amanda Jaya Gorontalo pada periode januari 2010 sampai desember 2012.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah pengunjung Supermarket Amanda Jaya Gorontalo**  
**Periode Januari 2010- Desember 2012**

TAHUN	PENGUNJUNG	JUMLAH PENGUNJUNG
2010	1800/ TAHUN	7700 PENGUNJUNG
2011	2400/ TAHUN	
2012	3500/ TAHUN	

Sumber : *Supermarket Amanda Jaya Gorontalo*

Dari tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa Supermarket Amanda Jaya Gorontalo mengalami kenaikan jumlah pengunjung setiap tahunnya. Dan yang menjadi prioritas peneliti yaitu pada tahun 2012.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang :**“PENGARUH HARGA (*PRICE*) DAN KONDISI LOKASI USAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUPERMARKET AMANDA JAYA GORONTALO”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dalam melaksanakan usahanya, supermarket Amanda Jaya Gorontalo mengutamakan Harga yang kompetitor dan lokasi yang dekat dengan aktivitas mahasiswa dan masyarakat. Seperti yang terlihat di depan kampus Universitas Negeri Gorontalo.

Kenyataan yang terlihat keberadaan Amanda Jaya di kota Gorontalo memang sudah dikenal oleh mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo dan masyarakat disekitarnya. Oleh karena itu permasalahan yang terlihat antara lain :

1. Harga yang ditawarkan oleh supermarket Amanda Jaya Gorontalo cukup kompetitor
2. Kondisi lokasi usaha supermarket Amanda Jaya Gorontalo yang berada di daerah yang dekat dengan aktivitas mahasiswa ataupun masyarakat.
3. Kecendrungan masyarakat/ konsumen berbelanja di Supermarket Amanda Jaya Gorontalo sedikit.
4. Konsumen yang berbelanja di Supermarket Amanda Jaya Gorontalo lebih dominan mahasiswa.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
2. Apakah kondisi lokasi usaha berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
3. Apakah harga dan kondisi lokasi usaha berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kondisi lokasi usaha berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta untuk mengkaji faktor-faktor yang berpengaruh antara harga dan kondisi lokasi usaha terhadap keputusan pembelian.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini adalah :

#### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

## 2. Bagi penulis

Penelitian ini memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti khususnya dalam bidang manajemen pemasaran serta memberikan suatu pembelajaran yang lebih mengenai keputusan pembelian.