

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini begitu mempengaruhi kehidupan masyarakat tentang kebutuhan sehari-hari. Industri barang dan jasa berlomba untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Memasuki era Pasar MEA, dimana setiap organisasi bisnis diuntut untuk bisa menghasilkan produk yang berkualitas dan dapat dijangkau oleh masyarakat.

Pengertian pasar secara kongkret adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual. Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar lebih dititikberatkan pada kegiatan jual beli. Pasar adalah terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli sehingga terjadi kesepakatan harga.

Jenis pasar meliputi pasar tradisional dan pasar moderen. Pasar tradisional adalah pasar yang di bangun dan di kelolah oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan pihak swasta yang tempat usahanya berupa kios, tokoh yang di miliki atau di kelolah oleh pedagang kecil, menengah, koperasi swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan dengan cara tawar menawar. Sedangkan pengertian pasar moderen adalah pasar dimana pembeli dan penjual tidak melakukan transaksi secara langsung pembeliannya melihat label harga pada suatu produk dan pembeliannya dilayani secara mandiri oleh pramuniaga contohnya supermarket dan minimarket.

Samahalnya yang terjadi di *Hy Mart* Kota Gorontalo, khususnya dijalan Sultan Botutihe, kelurahan Moodu. *Hy Mart* bisa disebut toko yang

mengisi kebutuhan masyarakat yang dekat dengan pemukiman penduduk disamping kebutuhan akan barang harian yang tersedia lengkap, juga produk yang dijual berkualitas. *Hy Mart* menyediakan kebutuhan seperti makanan ringan, kebutuhan bahan pokok, perlengkapan rumah tangga dan lain-lain.

Produk yang tersedia dapat menjangka semua kalangan dari anak-anak sampe orang dewasa sehingga dapat mengungguli toko atau warung yang ada di sekitar *Hy Mart* tersebut. Selama periode tahun 2015, dapat mencapai rata-rata omset hampir 1 Milyar/tahun, dengan jumlah konsumen berbelanja mencapai 500 – 700 orang/harinya.

Jumlah pendapatan mingguan yang diperoleh *Hy Mart* selama periode Januari–Desember 2015 mampu mencapai omset penjualan paling sedikit Rp. 137.000.000 dan paling tinggi Rp. 348.000.000. juta.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti melakukan penelitian tentang **“identifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen berbelanja di *Hy Mart* Kota Gorontalo”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi yakni: 1) Banyaknya pembeli yang berbelanja di *Hy Mart* Kota Gorontalo. 2) omset penjualan mingguan paling sedikit Rp 137.000.000 dan paling tinggi Rp 348.000.000. juta 3) lokasi yang strategis.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, rumusan masalah pada penelitian ini yakni: Faktor faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen berbelanja di *Hy Mart* Kota Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diungkapkan di atas, maka dapat dijabarkan tujuan penelitian ini yakni: untuk mengetahui faktor faktor apa yang mempengaruhi konsumen berbelanja di *Hy Mart* Kota Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam hal pengembangan wawasan tentang Pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada *Hy Mart* Kota Gorontalo. Disamping itu diharapkan pula dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan judul mengenai pemasaran terutama mengenai bauran pemasaran dan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan dalam rangka pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian.