

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini, baik dalam bidang industri, jasa dan dagang sangat berperan penting dalam dunia perekonomian, dimana perekonomian mampu memberikan perubahan – perubahan yang berarti bagi kehidupan masyarakat. Hal ini ditandai dengan banyaknya bisnis ritel *modern* yang bermunculan, terutama di kota – kota besar di Indonesia dengan konsep *one stop shopping*, yang memenuhi segala kebutuhan berbelanja di suatu tempat perbelanjaan, Ma'aruf (2005:24).

Ma'aruf (2005:24) mengemukakan, adanya globalisasi juga merupakan faktor utama terciptanya permintaan atau meningkatkan permintaan barang dan jasa ritel. Gaya hidup adalah salah satu aspek kehidupan masyarakat yang dipengaruhi oleh faktor ini. Karena itu, banyak peritel besar mengamati perkembangan globalisasi, khususnya perkembangan yang berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Syarat yang harus di penuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah mencapai tujuan tersebut dengan mengimplementasikan keberagaman kelengkapan produk di dalamnya. Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang serta jasa yang diinginkan konsumen. Kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau sebagai atribut dalam kelengkapan produk seperti harga, produk,

pelayanan umum, lokasi dan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli, Engel & Paul (2001:251).

Agar konsumen tertarik untuk mengunjungi toko dan melakukan transaksi bukanlah hal yang mudah mengingat bahwa konsumen datang ke pusat perbelanjaan mempunyai tujuan dan motif yang berbeda mulai dari sekedar melihat-lihat, rekreasi atau khusus untuk berbelanja kebutuhan mereka. Penting bagi perusahaan menyusun strategi yang tepat untuk memikat konsumen melakukan transaksi.

Bagi sebuah perusahaan kelengkapan produk merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Hal ini sependapat dengan apa yang dikemukakan oleh Kotler, (2002:347), kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Meskipun harga jual lebih tinggi dari perusahaan lainnya, tetapi karena lengkapnya barang yang dijual maka perusahaan ini banyak menarik para pengunjung. Semakin lengkap produk yang dijual suatu perusahaan maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk mereka. Hasil penelitian Radix Carlyan (2016) mendukung pernyataan ini yaitu variabel kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk

(Kotler, 2007:233). Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Tetapi proses keputusan konsumen bukanlah berakhir dengan pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk yang dibeli tersebut. Dalam tahapan proses pengambilan keputusan pembelian, setelah konsumen melakukan pencarian dan pemrosesan informasi, langkah berikutnya adalah menyikapi informasi yang diterimanya. Apakah konsumen akan meyakini informasi yang diterimanya dan memilih produk tertentu untuk dibeli, hal ini berkaitan dengan sikap yang dikembangkan. Dalam banyak hal, sikap terhadap produk tertentu akan mempengaruhi apakah konsumen jadi membeli atau tidak. Sikap positif terhadap produk tertentu akan memungkinkan konsumen melakukan pembelian terhadap produk itu, tetapi sebaliknya sikap negatif akan menghalangi konsumen untuk melakukan pembelian.

Salah satu bisnis retail yang memiliki produk yang lengkap yaitu Karsa Utama Gorontalo, namun dengan produk yang lengkap yang dimiliki oleh Karsa Utama mall membuat konsumen kesulitan mencari produk yang ingin mereka beli karena masih kurangnya *signage* atau papan petunjuk yang di mana menunjukkan letak dari masing – masing produk yang di jual, dan dengan kelengkapan produk yang ditawarkan di karsa

utama mall mengakibatkan pihak karsa utama mall kesulitan mengelola stok ketersediaan produk sehingga sering terjadinya keterlambatan dalam melakukan *restock* atau menambah produk yang telah habis, yang membuat konsumen tidak jadi membeli produk yang mereka inginkan. Dan karena banyaknya merek produk yang di tawarkan oleh karsa utama mall membuat konsumen bingung dalam mengevaluasi produk yang akan mereka beli.

Namun dengan hadirnya Karsa Utama Mall dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh barang – barang yang di tawarkan. Salah satu kebutuhan yang ditawarkan Karsa Utama yaitu kebutuhan rumah tangga, pakaian, perlengkapan kantor, perlengkapan olah raga serta memiliki perlengkapan hiburan yang semakin meningkatkan pemasarannya. Karsa Utama juga selalu berusaha untuk memenuhi *stock* produk, agar dapat segera mengisi ulang produk yang habis. Pegawai Karsa Utama bersikap sopan dan ramah dalam melayani pelanggan, selain itu Karsa Utama juga memberikan fasilitas-fasilitas yang memberikan kenyamanan pada pelanggan seperti fasilitas pembayaran melalui kartu kredit.

Kehadiran Karsa Utama merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat, di mana Karsa Utama merupakan pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo. Walaupun banyak bisnis retail yang lain seperti Alfamart yang memiliki cukup banyak outlet di Gorontalo, namun hanya Karsa Utama Mall Gorontalo yang kehadirannya dapat memberikan

kemudahan bagi konsumen yang berada di Kota Gorontalo karena Karsa Utama Mall selalu menawarkan produk yang lengkap kepada konsumen. Idealnya Karsa Utama memiliki keragaman produk yang dijual.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan formulasi judul "**Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Karsa Utama Mall Gorontalo**".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan – permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurangnya *signage* atau papan petunjuk yang membuat konsumen kesulitan mencari produk yang mereka inginkan
2. Keterlambatan pihak Karsa Utama Mall dalam *me-restock* atau menambah produk yang telah habis yang membuat konsumen tidak jadi membeli produk yang mereka inginkan
3. Banyaknya merek produk yang ditawarkan membuat konsumen masih bingung dalam mengevaluasi produk yang akan mereka beli

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah "Apakah terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Karsa Utama Mall Gorontalo"

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Karsa Utama Mall Gorontalo”.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu :

1 Secara Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau memperkaya konsep-konsep, teori-teori dan mengembangkan literature dalam bidang ekonomi khususnya manajemen pemasaran, serta memberikan pengalaman dalam pengembangan kemampuan ilmiah.

.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan masukan dan informasi bagi perusahaan yang terkait (Karsa Utama Mall Gorontalo)

3 Bagi Penulis

Kegunaan penelitian ini bagi penulis yaitu untuk dapat membandingkan teori yang telah didapat di bangku perkuliahan dengan situasi dan kondisi yang ada pada perusahaan dan kenyataan kerja sehari-hari.