

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan industri ritel modern di Indonesia telah menghasilkan persaingan yang semakin intens di antara berbagai merek dan toko. Dalam situasi ini, Alfamart menonjol sebagai salah satu peritel modern di Indonesia. Alfamart memiliki banyak cabang di berbagai daerah, menawarkan berbagai produk dan layanan kepada pelanggan. Namun, dengan persaingan yang semakin ketat, perlu untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan di Alfamart khususnya Alfamart Bireuen Jl. Medan - Banda Aceh.

Promosi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan. Dalam mencapai penjualan yang sukses, promosi menjadi alat pemasaran yang penting. Penelitian ini akan mengeksplorasi dampak dari promosi yang dilakukan oleh Alfamart, seperti diskon, kupon, dan hadiah, terhadap keputusan pembelian konsumen. Promosi yang efektif mampu meningkatkan minat dan keinginan konsumen untuk membeli produk dari Alfamart. Selain itu, promosi yang berhasil dapat menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan kesadaran mereka terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh Alfamart Bireuen Jl. Medan - Banda Aceh. Dengan promosi yang baik, terciptalah minat dan niat beli yang lebih tinggi pada pelanggan. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan di Alfamart Bireuen Jl. Medan - Banda Aceh memiliki relevansi yang tinggi untuk dilakukan.

Selain promosi, faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kepuasan pelanggan. Kejelasan dalam menilai performa perusahaan diindikasikan oleh tingkat kepuasan pelanggan. Konsumen yang merasa puas cenderung memiliki sikap positif terhadap perusahaan dan produk yang mereka beli. Selain itu, kualitas layanan juga menjadi penentu kepuasan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian lagi di masa depan. Terdapat beberapa permasalahan terkait kepuasan pelanggan, seperti ketidakpuasan akibat pelayanan yang lambat atau tidak responsif. Antrian yang panjang, ketersediaan produk yang terbatas, atau ketidakcermatan kasir dapat mengurangi kepuasan pelanggan. Permasalahan lainnya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik. Jika karyawan tidak mendapatkan pelatihan yang memadai atau tidak memahami kebutuhan pelanggan, mereka mungkin tidak dapat memberikan solusi yang memuaskan. Selain itu, masalah teknologi juga dapat menjadi penghalang dalam memberikan layanan yang baik. Jika sistem kasir atau sistem pembayaran mengalami kerusakan atau gangguan, konsumen mungkin merasa frustrasi dan memilih untuk berbelanja di tempat lain.

Keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang signifikan. Tidak bisa diabaikan bahwa kualitas layanan menjadi faktor penting. Saat berbelanja di Alfamart, konsumen akan memilihnya jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik, seperti proses transaksi yang cepat dan efisien, produk yang tersedia, dan kemudahan berinteraksi dengan staf toko. Pengaruh kualitas layanan

Alfamart terhadap keputusan pembelian konsumen sangatlah penting. Aspek-aspek yang mencakup kualitas layanan meliputi kecepatan, keakuratan informasi, keramahan staf, dan ketersediaan produk. Ketika pelanggan merasa bahwa Alfamart Bireuen Jl. Medan - Banda Aceh memberikan kualitas layanan yang tinggi, mereka akan merasa lebih puas dan lebih mungkin untuk melakukan pembelian di sana. Karena itu, pemahaman mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Alfamart Bireuen Jl. Medan - Banda Aceh menjadi penting.

Keputusan pembelian merupakan aspek kunci dalam perilaku konsumen yang sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah penting bagi perusahaan dalam merencanakan strategi pemasaran yang efektif. Salah satu contoh ritel yang terkenal di Indonesia adalah Alfamart, yang telah mengembangkan jaringan toko-toko minimarketnya di seluruh negeri.

Fenomena yang terjadi di Alfamart Bireuen Jl. Medan - Banda Aceh yaitu kurangnya strategi promosi yang efektif menyebabkan rendahnya antusias konsumen terhadap produk atau penawaran khusus yang tersedia. Selama ini promosi yang dilakukan di Alfamart Bireuen Jl. Medan - Banda Aceh masih kurang memadai yang menyebabkan konsumen tidak mengetahui keberadaan produk baru atau diskon yang dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Selain itu, rendahnya kepuasan pelanggan diakibatkan oleh pengalaman berbelanja yang tidak terpenuhi, salah satunya karena kurangnya keramahan staf serta penataan produk yang kurang rapi. Kepuasan pelanggan yang rendah dapat

menciptakan citra negatif dibandingkan retail pesaing sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Rendahnya kualitas layanan disebabkan oleh lambatnya proses pembayaran diakitkan karena tidak semua meja kasir dibuka (contohnya hanya satu mesin kasir yang hidup sedangkan disutu terdapat dua mesin kasir), sehingga dapat menurunkan persepsi konsumen terhadap Alfamart Bireuen Jl. Medan - Banda Aceh sebagai tempat berbelanja yang dapat diandalkan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti ingin memperdalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Kabupaten Bireuen”.

## **1.2. Perumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka perumusan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen?
4. Bagaimana pengaruh promosi, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka tujuan penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti karena dapat meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Alfamart. Selain itu, peneliti juga dapat memperoleh pengalaman dalam melakukan penelitian dan menganalisis data.

2. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan konsep dan teori yang telah diteliti sebelumnya.

### 3. Manfaat bagi perusahaan

Dalam hal ini, manfaat penelitian adalah dapat membantu perusahaan Alfamart untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dari hasil penelitian, perusahaan dapat melakukan peningkatan kualitas layanan, promosi dan kepuasan pelanggan untuk memperbaiki keputusan pembelian konsumen.

### 4. Manfaat bagi masyarakat

Masyarakat dapat memperoleh manfaat dari penelitian ini karena penelitian ini dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih tepat dan akurat. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu masyarakat untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga mereka dapat memaksimalkan pengalaman belanja mereka.