

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia saat ini sangat pesat, terutama ritel modern dengan berbagai variasi. Ritel modern pada dasarnya adalah evolusi dari model ritel tradisional, yang muncul dan berkembang sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi, dan perubahan perilaku konsumen. Faktor-faktor ini menciptakan tuntutan masyarakat akan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman, mendorong perkembangan ritel modern.

Perkembangan ini juga merupakan salah satu upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan mengembangkan bisnis ritel. Beberapa faktor pendukung perkembangan usaha ritel modern diantaranya adalah cukup terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha manufaktur yang akan memasok produknya ke retailer, dan kebijakan pemerintah terkait pembukaan ritel modern. Pelaku bisnis ritel modern di Indonesia saat ini bersaing untuk meningkatkan strategi penjualan mereka. Banyak gerai ritel modern yang berhasil menguasai pasar dan merambah ke berbagai wilayah di seluruh nusantara. Bahkan, sejumlah perusahaan ritel modern terus melakukan ekspansi ke daerah-daerah potensial di pelosok negeri.

Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, terdapat pertumbuhan signifikan dalam jumlah gerai ritel modern hingga tahun 2021, mencapai total 40.377 gerai. Komposisi dari pertumbuhan tersebut terdiri dari 38.323 gerai minimarket, 1.411 gerai supermarket, 358 gerai ritel pom

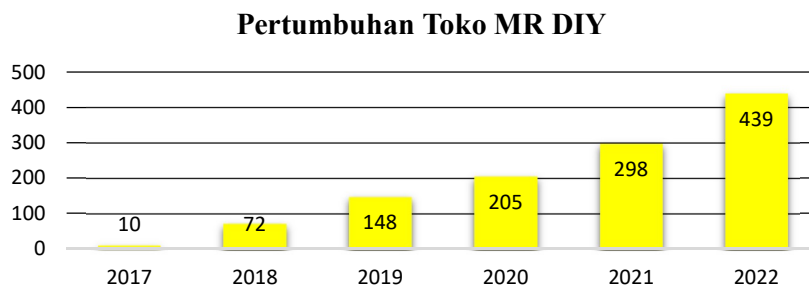
bensin, dan 285 gerai hypermarket. Penting untuk dicatat bahwa tren pertumbuhan ini berbeda dengan kondisi toko kelontong, yang justru mengalami penurunan jumlah. Pada tahun 2021, terdapat penurunan sebesar 11,85%, menyebabkan total jumlah gerai toko kelontong turun dari 4,1 juta menjadi 3,6 juta gerai. Perubahan ini mencerminkan dinamika pergeseran preferensi konsumen menuju ritel modern, seperti minimarket dan supermarket, sementara toko kelontong tradisional menghadapi tantangan dalam menjaga pangsa pasarnya (Deras.id, 2023).

Haryono (2013), menjelaskan bahwa Alasan utama konsumen memilih untuk membeli produk di toko ritel modern umumnya muncul dari berbagai motivasi yang spesifik. Para konsumen cenderung melakukan pembelian dengan dasar motivasi tertentu yang lebih jelas. Hal ini mencerminkan keputusan mereka untuk berbelanja di lingkungan ritel modern, dengan pertimbangan motivasi yang lebih mendalam. Berdasarkan penelitian Sihombing et al., (2019), menyebutkan ada perbedaan dalam pandangan konsumen terhadap faktor-faktor seperti lokasi, produk, tampilan fisik, pelayanan dari tenaga penjual, proses transaksi, dan promosi antara ritel modern dan ritel tradisional. Secara umum, nilai persepsi konsumen terhadap ritel modern cenderung lebih tinggi daripada nilai persepsi konsumen terhadap ritel tradisional.

Adanya perubahan perilaku konsumen ini menjadi faktor penting, di mana banyak yang beralih memilih untuk berbelanja di ritel modern, sementara semakin enggan untuk mengunjungi ritel tradisional. Banyak konsumen yang mengubah kebiasaan belanja mereka dari ritel tradisional ke ritel modern karena ritel tradisional sering dianggap kotor, berantakan, tidak nyaman, dan kurang aman.

Kelemahan-kelemahan ini pada ritel tradisional menjadi nilai tambah bagi ritel modern. Ritel modern selalu menawarkan lingkungan yang nyaman, mewah, teratur, ber-AC, aman, bersih, serta menyediakan fasilitas parkir yang luas. Pembeli juga memiliki kebebasan untuk memilih barang yang diinginkan dengan harga yang tetap.

Salah satu ritel modern yang cukup berhasil di Indonesia adalah MR. DIY, perusahaan ritel asal Malaysia ini telah berhasil melakukan ekspansi ke Indonesia dengan sukses. Sejak tahun 2017, MR. DIY mengalami perkembangan pesat di Indonesia dengan penambahan jumlah toko yang signifikan. Dapat diperhatikan dari gambar di bawah ini bahwa pertumbuhan toko MR. DIY di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Toko MR. DIY Di Indonesia

Sumber: (Wijaya, 2023)

Melihat pertumbuhan yang signifikan, tentunya MR. DIY juga merambah ke kota-kota kecil seperti Lhokseumawe, hal ini menunjukkan pertumbuhan bisnis yang positif. Cabang MR. DIY di Jl. Merdeka Timur No.1, Keude Cunda, Kec. Muara Dua, Kota Lhokseumawe sebagai cabang ke-167 menandakan keseriusan

perusahaan dalam menggarap pasar di daerah tersebut. Dengan menjadi cabang pertama di kota Lhokseumawe, MR. DIY dapat menjadi pilihan utama bagi masyarakat setempat untuk memenuhi kebutuhan barang rumah tangga, peralatan, dan keperluan sehari-hari lainnya.

Ada sejumlah faktor yang membuat peritel perlengkapan rumah tangga ini tumbuh pesat dalam kurun 6 tahun terakhir, di antaranya menawarkan harga murah, jumlah produk yang dijual banyak serta lengkap. MR. DIY Indonesia memberikan berbagai kemudahan berbelanja lengkap dalam satu tempat dengan harga hemat dan menawarkan lebih dari 18.000 jenis produk dari berbagai kategori seperti peralatan rumah tangga, kebutuhan sekolah, otomotif, perkakas, elektronik sampai perhiasan dan kosmetik yang menjadikannya toko pilihan jutaan orang yang mencari beragam kebutuhan rumah tangga sehari-hari (Mediatama, 2023).

Di samping itu MR. DIY juga menciptakan suasana toko yang memberikan kenyamanan kepada konsumen, sehingga mereka dapat menikmati pengalaman berbelanja dengan nyaman. Dengan memberikan perhatian pada lingkungan toko, MR. DIY berusaha menciptakan atmosfer yang ramah dan menyenangkan bagi pelanggan, sehingga mereka dapat menjelajahi produk dengan rasa nyaman dan puas. Mugni & Sunjaya (2022), menyebutkan bahwa Setiap retailer berusaha menawarkan berbagai rangsangan yang mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. situasi pembelian terutama lingkungan fisik seperti warna, suara, cahaya, cuaca, dan pengaturan ruang dari

orang perlu diperhatikan retailer, karena adanya lingkungan fisik yang menarik diharapkan mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Selain menciptakan lingkungan toko yang menyenangkan, Harga merupakan faktor yang juga dipertimbangkan oleh konsumen untuk melakukan pembelian, biasanya konsumen tertarik kepada harga yang bersaing dan relatif murah yang sejalan dengan kualitas dari produk yang diinginkan (Nasution & Lesmana, 2018). MR. DIY sebagai ritel modern juga menyajikan harga-harga yang terjangkau, bertujuan untuk merangsang keputusan pembelian dari konsumen. Dengan menawarkan harga yang bersaing, MR. DIY berusaha memastikan bahwa konsumen merasa bahwa produk yang ditawarkan memiliki nilai yang baik dan terjangkau, mendorong mereka untuk memilih untuk berbelanja di toko tersebut.

Dalam lingkungan bisnis kualitas layanan juga hal yang tidak boleh terlewatkan, kualitas layanan merupakan komponen penting karena mengukur apakah layanan yang disampaikan memenuhi harapan dan keyakinan konsumen. Dalam konteks ini MR. DIY memastikan kenyamanan berbelanja dapat dirasakan langsung oleh konsumen ketika mengunjungi toko. Para staf MR. DIY telah mendapatkan pelatihan untuk menjadi konsultan andal dalam membantu konsumen menemukan produk pilihan yang tepat, sambil memberikan layanan terbaik. Dalam upaya meningkatkan kepercayaan konsumen dalam berbelanja, MR. DIY juga menawarkan garansi selama tujuh hari untuk pengembalian dan penggantian produk, sehingga memberikan jaminan atas kualitas produk yang mereka tawarkan (Pressrelease.id, 2021).

Dari telaah beberapa referensi yang telah disebutkan, komponen-komponen di atas dapat berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam pembelian. Kotler & Keller (2018), mendiskripsikan mengenai keputusan pembelian yang merupakan pengalaman konsumen dalam hal pembelajaran, pemilihan, penggunaan dan bahkan pembuangan suatu produk. Dalam proses pembelian, konsumen tidak hanya membeli dan memilih produk yang mereka inginkan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Lingkungan Toko, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen MR. DIY Lhokseumawe”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

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

1. Bagaimanakah pengaruh lingkungan toko terhadap keputusan pembelian pada konsumen MR. DIY di Lhokseumawe?
2. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen MR. DIY di Lhokseumawe?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen MR. DIY di Lhokseumawe?

4. Bagaimanakah pengaruh lingkungan toko, harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen MR. DIY di Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh lingkungan toko terhadap keputusan pembelian pada konsumen MR. DIY di Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen MR. DIY di Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen MR. DIY di Lhokseumawe.
4. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh lingkungan toko, harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen MR. DIY di Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya dan rumusan masalah di atas, maka selanjutnya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada kemajuan dalam bidang ilmu ekonomi pemasaran, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen

2. Manfaat praktis

a. Manfaat bagi peneliti

Manfaat dari penelitian ini bagi para peneliti adalah meningkatkan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, peneliti juga memiliki kesempatan untuk memperoleh pengalaman dalam pelaksanaan penelitian serta analisis data.

b. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi tambahan atau pembandingan bagi peneliti lain yang penelitiannya sejenis.

c. Manfaat bagi perusahaan

Dalam hal ini, manfaat penelitian adalah dapat membantu perusahaan MR. DIY untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dari hasil penelitian, perusahaan dapat melakukan peningkatan lingkungan toko, harga dan kualitas layanan untuk memperbaiki keputusan pembelian konsumen.