

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor industri, jasa, dan perdagangan memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara. Perekonomian yang terus berkembang membawa dampak signifikan bagi kehidupan masyarakat. Di Indonesia, perubahan kondisi ekonomi memicu pertumbuhan pesat bisnis ritel atau eceran. Pesatnya perkembangan bisnis ritel pada era globalisasi saat ini memicu persaingan dalam mendapatkan pelanggan (Widodo, 2016). Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) memproyeksikan bahwa sektor ritel Indonesia pada kuartal kedua tahun 2024 dapat tumbuh hingga 4,8% secara tahunan. Proyeksi ini menunjukkan kenaikan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan sektor ritel pada kuartal pertama tahun 2024 yang tercatat sebesar 4,5% secara tahunan (Sumber: [aprindo.org](http://aprindo.org)). Terkait hal ini maka akan menimbulkan persaingan yang ketat antar pembisnis ritel.

Fenomena ini terlihat dari semakin maraknya kemunculan ritel modern, terutama di kota-kota besar, dengan konsep *one-stop shopping* yang menawarkan berbagai kebutuhan belanja dalam satu tempat (Widodo, 2016). Bisnis ritel di kota Padang mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan beragam bentuk dan jenis usaha yang bermunculan. Fenomena ini

terlihat dari semakin banyaknya toko ritel yang terus bertambah setiap harinya.

Berikut adalah tabel dari beberapa nama swalayan yang ada di kota Padang.

**Tabel 1. 1 Daftar beberapa Swalayan yang ada di kota Padang**

No	Nama Swalayan	Alamat
1	SJS Plaza	Jl.Jhoni Anwar No.1 Padang
2	Budiman Swalayan	Jl.Prof. Dr. Hamka No.1, Air Tawar Barat Jl. Sawahan No.30 Sawahan Jl.Gajah Mada No. 35 Kelurahan Gunung Pangilun Jl. S. Parman No.22, Kel, Ulak Karang Utara Jl. Pondok NO 105-107,Padang Selatan Padang Jl.Rimbo Data no. 22 cengkeh , Padang Jl. Raya Alai Timur No.55, Padang Jl. M Yunus No.176 A Kel, Anduring , Padang Jl. During Tarung No 1 Ps. Ambacang Kec Kuranji Kota Padang Jl. Aru, Lubuk Begalung Nan XX Kec. Lubuk Begalung Kota Padang.
3	Singgalang	Jl. Proklamasi No. 54 Padang Jl. Dr. Sutomo No. 80 Padang
4	Foodmart Basko Grand	Jl. Prof Dr. Hamka, Air Tawar , Padang
5	Minang <i>Mart</i>	Jl. Gurun Laweh No. 4 Padang Jl. Bungo Pasang , Koto Tengah, Padang Jl. Adinegoro No 23 Koto Tengah Padang
6	<i>X Mart</i>	Jl. Prof. Dr. Hamka No. 16 Air Tawar , Padang Jl. S. Parman No .137 Ulak Karang Selatan Jl. Belakang Olo Kampung Jao, Padang
7	<i>Bigmart</i>	Jl. By Pass km 6 Padang Jl. Perintis Kemerdekaan Indonesia
8	<i>Aciak Mart</i>	Jl. Kemayoran No. 15 Air Tawar, Padang Jl. By Pass No. 14 Kuranji Timur Jl. Pd. Kopi Surau Gadang, Nanggalo Jl. Sultan Syahrir, Padang Selatan

No	Nama Swalayan	Alamat
		Jl. Kota Panjang Ika Koto Tengah
9	Citra <i>Mart</i>	Jl. Andalas No. 102, Padang Jl. Prof Dr. Hamka No 78 Parupuk Tabing, Koto Padang Jl. Pagang Raya Kec Nanggalo Kota Padang Jl. Thamrin no. Kel 71 Alang Laweh Kec Padang selatan Jl. Anduring, Kuranji No.120 Padang Timur Jl. Sungai Balang, Kec Pauh Kota Padang Jl. Parak Gadang, Kec Padang Timur Jl. Kubu Marapalam Kec Padang Timur.
10	Yossi Swalayan	Jl. Prof.Dr Hamka No 5 Air Tawar, Padang Jl. Prof Dr. Hamka No . 15 B, Kota Tengah Padang
11	Adinegoro Swalayan	Jl. Adinegoro No 9 Padang
12	Rili Swalayan	Jl. Andalas No.28 Padang
13	Spar Plaza Andalas	Jl. Pemuda Padang

*Sumber : Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Padang*

Dari tabel 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa swalayan yang ada di kota Padang salah satunya budiman swalayan. Budiman Swalayan telah menjangkau beberapa wilayah pasar di kota Padang. Budiman Swalayan merupakan salah satu ritel modern yang ada di Kota Padang yang didirikan oleh Haji Yasmar pada tahun 2010. Budiman Swalayan menyediakan barang-barang kebutuhan rumah tangga, seperti bahan-bahan makanan, perlengkapan dapur, perlengkapan mandi, makanan ringan, minuman, barang elektronik, alat tulis, kosmetik sampai dengan keperluan kantor dan lain-lain. Budiman Swalayan memiliki relevansi yang kuat dalam sektor ritel lokal serta menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dari waktu ke waktu. Sebagai salah satu swalayan yang cukup dikenal di daerah operasionalnya,

Budiman Swalayan menarik perhatian karena strategi bisnisnya yang unik, seperti harga yang bersaing, ketersediaan produk yang beragam, serta program pemasaran yang menarik, seperti diskon berkala dan program loyalitas pelanggan. Selain itu, swalayan ini berkontribusi terhadap perekonomian lokal dengan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar serta menjalin kerja sama dengan pemasok lokal, sehingga turut mendukung perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM). Budiman Swalayan juga menerapkan konsep ritel *modern* dengan mengelompokkan barang-barang berdasarkan jenisnya dan menatanya sesuai dengan kebutuhan. Hal ini dapat memudahkan konsumen dalam memilih barang-barang yang diperlukan dan akan menimbulkan keputusan pembelian konsumen di Budiman Swalayan kota Padang.

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Armstrong 2016). Keputusan pembelian merupakan usaha konsumen untuk mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing ( Widodo, 2016). Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan akhir yang diambil oleh konsumen untuk membeli suatu barang dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan

tertentu. Keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen mencerminkan sejauh mana upaya pemasar dalam memasarkan produk kepada konsumen.

Keputusan pembelian juga berkaitan erat dengan segmentasi pasar. Kotler, (2010) menjelaskan sebuah segmentasi pasar terdiri dari sekelompok pelanggan yang berbagai kebutuhan dan keinginan yang serupa. Segmen mahasiswa menjadi salah satu potensi pasar yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena mahasiswa menjadi salah satu pelaku atau bagian dari kelompok masyarakat yang memiliki berbagai kebutuhan. Kebutuhan dan keinginan manusia berkembang seiring berjalannya waktu. Seorang individu memiliki berbagai macam kebutuhan, dari kebutuhan primer, sekunder, tersier hingga komplemeter yang pada akhirnya cenderung menimbulkan perilaku konsumtif (Pohan et al., 2022). Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan (Fattah, F. A., Indriayu, M., 2018). Mahasiswa berperilaku konsumtif dikarenakan tidak memiliki skala prioritas atas keinginannya dalam mengonsumsi suatu barang. Rosandi & Nurlatifah, (2022) menjelaskan bahwa mahasiswa pada umumnya berada pada masa dewasa awal, yaitu pada usia 18-22 tahun yang mana pada perkembangan usia tersebut individu memiliki tugas antara lain mencapai kemandirian diri dalam menentukan keputusan terutama keputusan pembelian. Dengan adanya tugas individu yang dimiliki seorang mahasiswa pada masa perkembangannya, dapat menuntut mereka untuk menyelesaikan tugas tersebut dengan baik. Didukung dengan pengaturan keuangan yang dihadapi, banyak dari mahasiswa yang sangat memperhitungkan pengeluaran

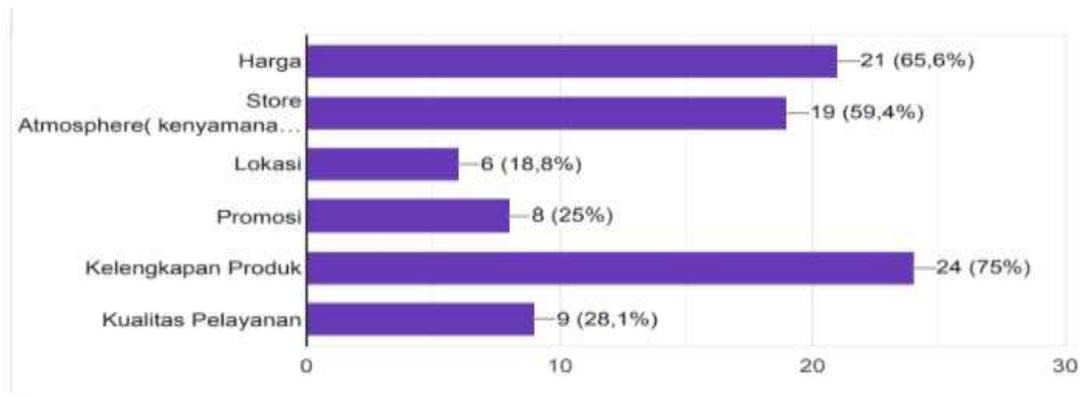
kebutuhan sehari-hari. Banyak dari mahasiswa memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dengan berbelanja di minimarket atau swalayan karena tempatnya lebih kekinian dan dapat menaikkan derajat mereka karena mahasiswa cenderung mengikuti *trend* kekinian untuk mendapatkan pengakuan sosial dilingkungan sekitarnya (Hasri Rosandi & Nurlatifah, 2022).

Berdasarkan hasil observasi melalui wawancara di Budiman Swalayan Kota Padang, khususnya di cabang Budiman Sawahan dan Budiman Anduring, diketahui bahwa swalayan tersebut menyediakan kartu anggota (*member card*) bagi pelanggan setia. Dari hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa di kedua cabang tersebut terdapat sejumlah pelanggan yang berstatus sebagai mahasiswa. Selain itu, beberapa cabang Budiman Swalayan juga berlokasi strategis, yakni berada di sekitar kawasan kampus.

Berdasarkan fenomena diatas maka memahami kebutuhan dan preferensi segmen mahasiswa, perlu dilakukan bagi pelaku bisnis untuk dapat menciptakan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian di kalangan mahasiswa. Saya tertarik untuk menjadikan mahasiswa sebagai subjek penelitian saya, mengingat keterlibatan mereka sebagai pelanggan di Budiman Swalayan serta faktor lokasi swalayan yang berdekatan dengan lingkungan akademik.

Penulis melakukan survei pendahuluan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Dharma Andalas yang merupakan subjek pada penelitian ini, yang pernah berbelanja di Budiman Swalayan kota Padang, untuk

mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada Budiman Swalayan tersebut. Berikut hasil dari survei pendahuluan 30 Responden.



**Gambar 1. 1 Hasil Survei dari 30 Responden**

*Sumber:Survei Awal 2024*

Berdasarkan gambar 1.1 di atas dapat diketahui ada tiga faktor tertinggi yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada Budiman Swalayan kota Padang adalah *Store atmosphere*, Harga dan Kelengkapan Produk.

*Store atmosphere* merupakan kegiatan merancang atau mendesain lingkungan toko untuk menciptakan suasana toko yang sedemikian rupa nyaman, unik melalui pemilihan desain, pengaturan tata letak ruangan, pencahayaan, musik, aroma toko dan penataannya (Sianturi et al., 2019). Penataan ini bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk datang dan mempengaruhi emosi konsumen sehingga dapat menimbulkan hasrat untuk membeli barang pada toko tersebut dan jika konsumen nyaman dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk berbelanja serta memperpanjang waktu yang dihabiskan di toko (Putri et al., 2014). Hal ini memberikan kesempatan lebih besar untuk mendorong pembelian. *Store atmosphere*

tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja pada konsumennya tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual apabila suasana toko tersebut indah dan baik (Sari & Dermawan, 2023). Dalam konteks swalayan, peran *Store atmosphere* menjadi semakin signifikan mengingat persaingan yang ketat di industri ini. Pelanggan, khususnya generasi muda seperti mahasiswa, cenderung memilih toko yang tidak hanya menyediakan produk dengan harga bersaing tetapi juga menawarkan pengalaman belanja yang menyenangkan (Wahyuningtias, 2017). Oleh karena itu, memahami pengaruh *Store atmosphere* terhadap keputusan pembelian menjadi hal yang penting bagi pengelola toko untuk meningkatkan daya saing.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sari & Dermawan, (2023), Ralahallo & Muhrim (2022) serta Tampubolon & Purba, (2023) yang menemukan bahwa *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Store atmosphere* sudah cukup menarik, sehingga dapat membuat konsumen merasa nyaman menghabiskan waktu untuk memilih barang didalam toko dan mendapatkan barang yang sesuai dengan keinginan mereka dan membuat konsumen untuk melakukan pembelian (Sari & Dermawan, 2023).

Selain itu harga juga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Mardia, (2021) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang dipertukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kegunaan suatu produk atau layanan. Harga sering dianggap sebagai indikator nilai oleh konsumen, terutama dalam kaitannya dengan

kualitas produk atau jasa yang ditawarkan (Kotler & Keller, 2016). Harga pula merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat *fleksibel*, karena dapat disesuaikan dengan kondisi pasar, tingkat persaingan, dan strategi bisnis perusahaan (Kotler & Keller, 2016). Harga yang terlalu mahal akan meningkatkan laba dalam jangka pendek, namun disisi lain akan sulit dijangkau oleh konsumen dan sukar bersaing dengan kompetitor (Kambali, 2020). Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu dalam permintaan pasar. Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian untuk produk yang sama.

Hal ini didukung oleh penelitian Permata & Ratna, (2020) tentang Analisis Pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Palembang (Studi kasus Mahasiswa STIE Multi Data Palembang) yang mana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dan penelitian Tyas at al., (2021) tentang pengaruh *Store atmosphere* dan *Price* terhadap keputusan pembelian pada Green Mart Desa Arjowilangun Kab. Malang, yang mana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Salah satu unsur kunci dalam keputusan pembelian adalah kelengkapan produk yang disediakan pelaku bisnis. Kotler (2016) mengemukakan kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk

dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Susanti et al., (2021) menjelaskan bahwa konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual. Ketersediaan barang dalam suatu pasar swalayan meliputi variasi merk yang banyak, tipe dan ukuran kemasan barang yang dijual, macam-macam rasa dari suatu produk yang akan dibeli. Dengan hal tersebut maka akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka. Sesuatu yang diinginkan oleh konsumen adalah bagaimana cara untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan serta menyediakan beranekaragam produk dan alternatif pilihan, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan serta suasana berbelanja yang nyaman semuanya terdapat dalam satu tempat.

Berdasarkan penelitian Susanti at al., (2021) tentang pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Blahkiuh di Kabupaten Bandung, yang mana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Dermawan, 2023) menunjukkan variabel kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Dari uraian latar belakang dan penelitian yang menjadi rujukan di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut tentang **Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

## **Pelanggan Di Budiman Swalayan Kota Padang (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Dharma Andalas).**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pelanggan di Budiman Swalayan kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Budiman Swalayan kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pelanggan di Budiman Swalayan kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *Store atmosphere*, harga dan kelengkapan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Budiman Swalayan kota Padang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pelanggan di Budiman Swalayan Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Budiman Swalayan Kota Padang.

3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pelanggan di Budiman Swalayan Kota Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Store atmosphere*, harga dan kelengkapan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Budiman Swalayan Kota Padang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk berbagai pihak diantaranya :

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat diangkat sebagai pertimbangan bagi Perusahaan untuk lebih memperhatikan pengaruh *Store atmosphere*, harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi akademis

Untuk akademis hasil penelitian ini diharapkan menjadi patokan jika waktu melakukan penelitian yang sama atau sejenis mengenai keputusan pembelian pada perusahaan dan sebagainya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi patokan untuk menambah ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan menambah wawasan untuk kedepannya mengenai pengaruh *Store atmosphere* , harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian.

## **1.5 Batasan masalah**

Berdasarkan rumusan masalah terhadap keputusan pembelian pelanggan budiman swalayan di kota Padang (Studi kasus mahasiswa Universitas Dharma Andalas), penulis membatasi masalah pada lingkup bagaimana pengaruh *Store atmosphere* , harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pelanggan di Budiman Swalayan di Kota Padang. Dengan objek penelitian adalah budiman swalayan kota padang dan sampel adalah mahasiswa Universitas Dharma Andalas.