

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini Indonesia mulai memasuki masa perkembangan dunia ritel dan mulai menunjukkan adanya pemulihan seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan di masyarakat yang kembali normal pasca pandemi. Pelaku usaha ritel tetap optimis bahwa dunia ritel kedepan akan tumbuh dan terus mengalami peningkatan. Ketua Asosiasi Pengusaha Ritel di Indonesia (Aprindo) yaitu Roy Nicolas Mandey menyatakan, usaha ritel di Indonesia diperkirakan akan tumbuh hingga 3% tahun ini. Hal tersebut di dasari dengan perekonomian domestik yang terus mengalami perbaikan dengan baik. Seperti diketahui, ekonomi domestik pada kurun waktu 3 bulan terkahir di tahun 2022 menyentuh angka 5,44 %, lebih tinggi dari pencapaian 3 bulan pertama di tahun 2022 yang sebesar 5,01%.

Pertumbuhan industri ritel di Indonesia memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga membantu tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Angka pertumbuhan industri ritel di indonesia sangat dipengaruhi oleh penambahan jumlah penduduk, kekuatan daya beli masyarakat, dan pelengkap kebutuhan masyarakat untuk pemenuhan konsumsi rumah tangga. Berkembangnya perekonomian di Indonesia turut mendorong sistem pertumbuhan dunia ritel menjadi modern di kalangan dunia bisnis. Saat ini industri ritel menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dalam waktu yang lama.

Kehadiran ritel membuat masyarakat di indonesia lebih mudah untuk berbelanja, karena akses yang diberikan sangat strategis dengan menempatkan posisi gerai atau toko yang berdekatan langsung dengan lingkungan masyarakat. Kondisi seperti ini cukup memudahkan konsumen untuk memilih gerai atau toko mana saja yang akan dikunjunginya. Banyaknya persaingan dalam dunia bisnis ritel membuat para pelaku industri ini berlomba-lomba memberikan seluruh ide dan inovasinya untuk mencapai suatu tujuanya. Terdapat beberapa industri ritel yang merasa tertantang dalam perkembangan dunia bisnis ritel ini, Salah satu pelaku industri ritel yang merasa

tertantang yaitu Alfamart.

Alfamart menyiapkan beberapa strategi untuk menjaga bisnisnya ditengah persaingan industri ritel. Presiden Direktur Alfamart, Anggara Hans Prawira mengatakan, untuk menghadapi persaingan daya beli, perusahaan harus menerapkan beberapa strategi, diantaranya dengan menambah jumlah gerai, memanfaatkan teknologi informasi, mengoptimalkan lini bisnis, serta mengerek harga jual menjadi pilihan terakhir. Namun strategi itu semua tidak cukup membuat konsumen kembali ke toko Alfamart, karena mereka menemukan produk sejenis dengan harga yang relatif sama atau bahkan lebih murah dan lebih berkualitas di gerai-gerai lainnya. Alfamart harus mampu menciptakan suatu yang berbeda dari para pesaing, agar berhasil mendapatkan hati konsumen sehingga menjadi pelanggan dalam waktu yang panjang.

Dalam menghadapi persaingan industri ritel, beberapa strategi yang digunakan dan telah diterapkan Alfamart saat ini diantaranya adalah pemilihan lokasi yang menjangkau masyarakat, display produk atau penataan barang dan menciptakan citra merek dengan label Alfamart. Penetapan strategi tersebut merupakan beberapa strategi bersaing Alfamart untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen agar datang kembali berbelanja di Alfamart.

Display produk atau penataan barang sangat penting untuk diperhatikan oleh industri ritel Alfamart. Mengingat display produk menjadi bagian penting untuk upaya dalam memaksimalkan pencapaian penjualan dan memudahkan konsumen dalam menentukan barang yang ingin dicari, serta menciptakan suasana nyaman dalam berbelanja. Display yang rapi, bersih, tidak berdebu, produk dilengkapi dengan label harga dan menarik dapat menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk. Display merupakan usaha yang dilakukan untuk penataan barang ditoko dengan memperhatikan unsur pengelompokkan jenis dan kegunaan produk. Selain itu, kerapian dan keindahan juga perlu dipertimbangkan sehingga tujuan untuk mengarahkan pembeli agar tertarik melihat bahkan memutuskan untuk membeli dapat tercapai.

Selain itu, Strategi yang perlu diperhatikan oleh industri Alfamart yaitu dalam menentukan lokasi gerai. Adanya pemilihan lokasi gerai ini menjadi salah satu faktor kesuksesan pemasaran dari sebuah bisnis. Semakin strategis lokasi yang dipilih,

semakin tinggi tingkat penjualan dan berpengaruh pada kesuksesan sebuah bisnis. Kotler dan armstrong (2018:51) menyatakan, bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Banyaknya kompetitor saat ini, perusahaan Alfamart harus menciptakan strategi yang tepat untuk menang dalam persaingan.



**Gambar 1.1 Ulasan Alfamart Sunan Giri Balaraja, Banten**

Sumber : Alfamart Sunan Giri

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan masih banyak nya ketidakpuasan konsumen dalam melakukan suatu keputusan pembelian, salah satunya disebabkan oleh faktor lokasi yang kurang strategis hal ini dalam lapangan parkir yang sempit, oleh karna itu pihak manajemen perlu meninjau ulang dan lebih memperhatikan terkait lokasi yang akan membuat nyaman para konsumen saya melakukan keputusan pembelian di alfamart sunan giri. Dalam pengambilan keputusan pembelian juga merek menjadi pertimbangan bagi konsumen, citra merek dalam prosesnya tentunya Alfamart harus dapat mengetahui dan mengenal setiap perilaku konsumen, perilaku konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Banyak manfaat yang akan didapat jika

keputusan pembelian sangat tinggi untuk citra merek Alfamart, Citra merek yang baik tentunya akan menimbulkan dampak yang positif di benak konsumen.

Bagi konsumen Citra merek yang baik akan membuat konsumen tersebut tertarik untuk berkunjung ke toko dan melakukan pembelian. Perusahaan harus menciptakan citra yang baik dipandangan konsumen, karena benak konsumen terhadap suatu toko akan mempunyai dampak positif bagi kesuksesan toko tersebut. Tetapi untuk menciptakan citra merek yang baik dibenak konsumen itu tidak mudah, karena citra meliputi bayangan atau gambaran dibenak konsumen yang muncul dengan seiringnya reaksi dan emosi terhadap lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis di Alfamart Sunan Giri cabang Balaraja mengenai permasalahan citra merek terhadap keputusan pembelian masih perlu ditingkatkan lagi. Banyaknya pesaing kompetitor yang sama di bidang ritel membuat citra merek Alfamart harus bisa mempertahankan kualitas dan kuantitas, agar para konsumen bisa tetap kembali datang ke toko Alfamart. Karna hal ini bisa menjadi salah satu alasan konsumen dalam memilih minimarket yang ada disekitar lokasi alfamart. Adapun data yang didapat mengenai data penjualan dan daftar gerai ritel di sekitaran Alfamart Sunan Giri Cabang Balaraja Banten sebagai berikut.

Di bawah ini adalah data penjualan Alfamart Sunan Giri Cabang Balaraja Banten Perbandingan dan growth 4 bulan terakhir tahun 2023.

**Tabel 1.1 Penjualan Alfamart Sunan Giri Cabang Balaraja Banten 2023**

<b>Bulan</b>	<b>Target</b>	<b>sales</b>	<b>Selisih(value)</b>	<b>Growth%</b>
Januari	275.365.412	267.965.173	-7.400.239	97%
Febuari	266.701.790	243.747.427	-22.954.363	91%
Maret	294.034.650	274.724.889	-19.309.761	93%
April	350.777.872	339.892.245	-10.885.627	96%

**Tabel 1.2 Daftar Gerai Ritel Disekitaran Alfamart Sunan Giri Balaraja.**

No.	Nama Gerai	Logo	Jumlah
1.	Alfamart		8 Gerai
2	Indomaret		7 Gerai
3	Alfamidi		3 Gerai
4	Superindo		1 Gerai

Sumber : Alfamart Sunan Giri

Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa jumlah gerai ritel yang ada di sekitaran Alfamart Sunan giri cukup banyak, sehingga keputusan pembelian di Alfamart Sunan Gir Balaraja Banteni hampir sama dengan gerai ritel umum lainnya. Dalam Proses keputusan pembelian setiap konsumen di dasarkan oleh keputusan yang diwarnai dengan pilihan produk, merek, kualitas, harga dan kebutuhan. Selanjutnya konsumen akan melakukan beberapa tahap yang pada akhirnya sampai pada tahap pembelian.

Melihat dari uraian diatas maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Display Produk, Lokasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart (Study Kasus Alfamart Sunan Giri, Cabang Balaraja Banten)**. Dengan penelitian ini dapat diketahui berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Alfamart Kota Tangerang, sehingga kedepannya dapat terus dilakukan. Langkah-langkah perbaikan guna meningkatkan kualitas kepuasan konsumen.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan dilapangan, maka beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing baru yang bermunculan dalam bisnis ritel yang memberikan kenyamanan lebih pada saat berbelanja.
2. Banyak produk yang tidak dilengkapi label harga, sehingga konsumen ragu untuk membeli.

3. Sering ditemukan barang ataupun rak yang berdebu sehingga menyebabkan konsumen enggan untuk berbelanja.
4. Display produk tidak sesuai dengan tempatnya atau grouping, yang menyebabkan konsumen sulit menemukan barang yang diinginkan.
5. Stok barang promosi sangat sedikit sehingga banyak konsumen yang tidak mendapatkan barang promosi yang diinginkan.
6. Lokasi tempat parkir yang kurang luas membuat konsumen sulit untuk memarkirkan kendaraannya.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Hasil identifikasi masalah yang ada di Alfamart Sunan Giri Cabang Balaraja menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini pada Pengaruh Display Produk, lokasi, dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Sunan Giri Cabang Bararaja.

### **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan display produk, lokasi dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Sunan Giri Cabang Bararaja?
2. Apakah secara parsial display produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Sunan Giri Cabang Bararaja?
3. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Sunan Giri Cabang Bararaja?
4. Apakah secara parsial citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Sunan Giri Cabang Bararaja?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Melihat rumusan masalah diatas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan display produk, lokasi dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Sunan Giri Cabang Bararaja.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial display produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Sunan Giri Cabang Bararaja.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Sunan Giri Cabang Bararaja.
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Sunan Giri Cabang Bararaja.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Selaras dengan tujuan tersebut penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang pengaruh display produk, lokasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga akan mudah menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian sebelumnya khususnya yang berkaitan dengan masalah display produk, lokasi, citra merek dan keputusan pembelian.

#### **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu:

##### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

## **BAB II        TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

## **BAB III        METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

## **BAB IV        HASIL PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

## **BAB V        SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.