

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri retail merupakan bidang usaha yang perkembangannya sangat pesat akhir-akhir ini. Hal ini didorong antara lain oleh karena semakin ketatnya persaingan di dunia usaha dan adanya kebutuhan atau keinginan pelanggan yang cenderung berubah-ubah. Untuk itu setiap retail harus mempunyai keunggulan tersendiri dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Salah satu cara untuk dapat tetap survive dan mengungguli pesaingnya yaitu dengan peningkatan kualitas yang ada.

Oleh karena itu perusahaan dalam menghadapi persaingan yang makin ketat tersebut harus memiliki suatu strategi pemasaran dan juga berusaha memanfaatkan sebaik mungkin sumber-sumber yang dimiliki perusahaan. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan sangat tergantung pada keunggulan dalam bersaing, untuk itu perlu diperhatikan secara khusus terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Toko buah merupakan salah satu industri retail yang beberapa tahun terakhir ini banyak bermunculan di kota-kota besar di Indonesia antara lain di Surabaya, seperti Toko Buah Hokky, Dunia Buah, Prima Buah, Istana Buah, Aneka Buah dan lain-lain. Dengan semakin banyaknya toko buah yang konsumen dihadapkan pada banyak alternatif pilihan sebelum memilih kebutuhan dan keinginannya.

Tingkat pengetahuan dan selera konsumen semakin tinggi, sehingga konsumen semakin peka dan semakin kritis dalam membeli barang-barang guna memenuhi kebutuhannya.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan kunci penting bagi perusahaan untuk merencanakan dan mengelola pemasaran perusahaan dalam lingkungan yang selalu berubah. Perusahaan harus mampu untuk beradaptasi terhadap lingkungan yang kompleks dan selalu berubah-ubah sehingga perusahaan harus mempelajari konsumen serta perilakunya. Oleh sebab itu perusahaan harus selalu memperbaharui pengetahuan tentang konsumen, menilai kembali kebutuhan-kebutuhan konsumen untuk saat ini dan memperkirakan apa yang menjadi kebutuhan konsumen di masa yang akan datang. Jadi dengan analisa terhadap perilaku konsumen tersebut maka dapat diketahui apa sebab seseorang membeli barang atau jasa dan alasan mengapa orang tersebut membeli produk tersebut.

Guna mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian buah di toko buah Hokky, maka dilakukan suatu sigi pendahuluan. Dari sigi pendahuluan terhadap konsumen di toko buah Hokky dengan menyebarkan kuisisioner pada 20 responden, diketahui alasan-alasan konsumen membeli buah di toko buah Hokky. Tanggapan konsumen dapat dilihat dalam tabel 1 berikut ini.

Tabel 1
Hasil Sigi Pendahuluan

FAKTOR	MEAN
Harga	2,400
Kualitas Buah	4,606
Lokasi	2,375
Kualitas Layanan	4,180
Keputusan Pembelian	3,950

Sumber : Hasil kuisioner, diolah

Dari hasil tabel diatas nampak ada kecenderungan bahwa harga, kualitas buah, lokasi, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat maka perlu diadakan penelitian lebih lanjut.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *perilaku konsumen* terhadap keputusan pembelian buah di toko buah Hokky cabang Panglima Sudirman.
2. Di antara *harga, kualitas buah, lokasi toko, dan kualitas layanan* manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian buah.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Dengan meneliti permasalahan ini maka diharapkan dapat diketahui :

1. Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian buah di toko buah Hokky di Surabaya.
2. Diantara *harga, kualitas buah, lokasi, kualitas layanan* mana yang lebih dominan terhadap keputusan pembelian buah.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini ditulis dengan harapan memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Menerapkan semua teori yang sesuai dengan permasalahan yang ada dalam perusahaan agar penulis dapat mengetahui sampai sejauh mana teori-teori tersebut dapat mengatasi permasalahan yang ada.
- b. Memberikan saran-saran dan pertimbangan yang berguna bagi perusahaan yang bersangkutan agar mempunyai gambaran mengenai perilaku konsumen, sehingga perusahaan dapat mengetahui pendapat konsumen.
- c. Memberikan gambaran kepada para pembaca atau perusahaan mengenai pendapat konsumen terhadap toko buah Hokky.

1.5. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Secara garis besar, penyusunan skripsi mempunyai sistematika sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini memuat mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini menguraikan serta membahas pengertian dan landasan teori yang relevan dengan permasalahan. Selain teori dalam bab ini juga dikemukakan hipotesis kerja.

BAB 3 : METODE PENELITIAN.

Di dalam bab ini dijelaskan definisi operasional, identifikasi variabel, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, teknik analisis data dan prosedur pengujian hipotesis

BAB 4 : ANALISIS

Bab ini menyangkut gambaran umum perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi perusahaan. Selain itu juga akan dibahas analisis permasalahan, pengujian hipotesis dan pemecahan masalah.

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dan saran dari penulis demi kesuksesan perusahaan.