

BAB I

PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan zaman, masyarakat membutuhkan kepraktisan dari berbagai hal untuk mencukupi kebutuhannya, termasuk dalam penyediaan perabotan rumah tangga. Perusahaan harus mengetahui produk yang akan dibutuhkan dan bisa ditawarkan kepada konsumennya. Pada era saat ini persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus menetapkan berbagai macam strategi pemasaran yang tepat agar dapat menimbulkan dan meningkatkan minat beli konsumen. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting pada saat ini sejalan dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan atau keinginan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya.

Suatu perusahaan harus bisa bersaing dengan perusahaan lainnya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan perusahaan juga harus mengerti apa yang diinginkan oleh para konsumen, sehingga konsumen merasa terpuaskan. Pada era globalisasi saat ini banyak berdirinya perusahaan baru yang menjual barang sejenis, sehingga secara otomatis akan semakin banyak pula persaingan. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk bisa memilih produk yang sesuai dengan harapannya.

Akibat dari adanya perubahan tersebut pelanggan menjadi lebih cerdas dan teliti dalam menghadapi setiap produk yang beredar di pasar. Salah satu cara perusahaan melebarkan sayapnya yaitu dengan memperluas pasar demi mendapatkan tempat di hati konsumen. Konsumen merupakan tolak ukur keberhasilan perusahaan, seorang pemasar harus mengetahui apa yang di

butuhkan oleh konsumen. Pemasar harus bisa menyusun strategi untuk bisa memuaskan kebutuhan konsumen, kebutuhan konsumen akan bergerak dinamis sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga para pemasar harus lebih peka pada setiap perubahan selera.

Penelitian ini akan dilakukan pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan yang berlokasi di Jl. Raya Sugio NO. 5 Lamongan (Pertigaan Telon Singgang). Perusahaan ini bergerak dibidang retail perabot rumah tangga, alat rumah tangga berbahan plastik, barang pecah belah, peralatan listrik rumah, alat pertanian dan elektronik. Perusahaan ini termasuk perusahaan yang cukup besar dan lengkap di Kecamatan Sugio, peneliti melihat adanya fenomena-fenomena perbedaan pendapat pada kalangan konsumen terkait Harga, Lokasi dan Promosi terhadap minat pembelian sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut.

Di Sugio memiliki masyarakat yang beragam kelas sosial, seperti latar belakang pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Sehingga dalam menghadapi kondisi saat ini terdapat banyak jawaban yang berbeda antara satu dengan yang lainnya tergantung pada faktor kebutuhan. Manusia akan tetap berusaha membeli kebutuhan hidupnya meskipun ada penurunan daya beli. Faktor-faktor seperti harga, lokasi dan promosi sangat mempengaruhi minat beli konsumen, karena tentunya setiap masyarakat saat hendak melakukan pembelian akan memperhatikan faktor-faktor tersebut terlebih dahulu.

Minat beli merupakan bagian dari perilaku atau sikap konsumen yang muncul sebagai bentuk respon pada suatu obyek atau keinginan untuk melakukan transaksi pembelian. Minat beli juga dapat diartikan sebagai sesuatu

yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli suatu produk. Menurut John Budiman Bancin (2021) minat beli konsumen adalah kesediaan konsumen untuk membeli suatu produk berdasarkan penilaian sampai kepada keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. Dalam melakukan rencana pembelian, konsumen pastinya akan melihat terlebih dahulu baik dari segi harga, promosi maupun lokasinya, sehingga sebelum melakukan pembelian konsumen cenderung akan memikirkan dan merencanakannya terlebih dahulu.

Salah satu faktor yang memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen adalah faktor harga. Menurut Kotler (2019: 131) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Penetapan harga merupakan permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran, dan banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Salah satu masalah yang sering timbul yaitu perusahaan terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan daripada meyakinkan pembeli bahwa produknya mempunyai nilai yang lebih layak dihargai tinggi.

Variabel harga merupakan variabel yang dianggap paling menarik bagi konsumen karena dapat mempengaruhi minat beli terhadap suatu produk. Penetapan harga yang tepat akan mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual perusahaan. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Pertumbuhan kebutuhan sehari-hari manusia meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk yang terus meningkat. Selain harga, hal

yang perlu diperhatikan dalam menarik minat beli konsumen yakni berhubungan dengan faktor lokasi.

Menurut Tjiptono (2017:106) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Penentuan lokasi usaha sangat penting bagi perusahaan, karena akan mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Lokasi berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas atau melakukan operasi. Pada lokasi yang tepat, sebuah perusahaan biasanya akan lebih sukses dibanding perusahaan lainnya yang memiliki lokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk sama.

Suatu perusahaan memilih lokasi dimana tersedia tenaga kerja yang memenuhi kebutuhan pada perusahaan, dan yang terpenting yaitu memilih lokasi yang dekat dengan konsumen. Oleh karena itu, alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan masing-masing perusahaan. Minat beli biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli. Faktor-faktor harga, lokasi dan promosi akan melatarbelakangi proses penentuan dimana seseorang akan berbelanja. Para konsumen cenderung akan memilih melakukan pembelian pada suatu toko yang memiliki lokasi strategis.

Selain harga dan lokasi, promosi juga berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Promosi sangat berpengaruh dalam kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan fungsi yang penting untuk kesuksesan perusahaan dalam mendapatkan laba atau keuntungan dari penjualan produknya, sehingga kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat bergantung pada strategi

pemasarannya. Pada variabel promosi, keputusan yang selalu diharapkan oleh perusahaan yaitu apakah pesan yang disampaikan telah dapat menjangkau target pasar yang telah direncanakan sebelumnya. Jika telah menjangkau target pasar tersebut dapat menggambarkan keberhasilan promosi perusahaan, maka secara tidak langsung akan meningkatkan penjualan produknya.

Perusahaan harus mengetahui strategi promosi yang tepat agar dapat meningkatkan minat beli konsumen. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh CV. SUKSES ABADI dalam rangka penjualan produk yaitu melalui media online dan offline. Kegiatan promosi pada media online yaitu melalui aplikasi Facebook, Shopee dan Instagram. Sedangkan promosi pada media offline yaitu secara langsung melakukan penyebaran brosur dan banner promosi di beberapa lokasi yang dapat dilihat oleh masyarakat luas.

Menurut Laksana (2019:129) promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam memasarkan produk yang ditawarkan. Karena promosi bisa memberikan informasi yang dapat mempengaruhi dan meyakinkan seseorang terhadap produk yang ditawarkan, sehingga dapat menciptakan jual beli. Apabila kegiatan promosi dilaksanakan dengan baik maka akan memberi pengaruh terhadap minat beli konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pada suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini berjudul “ **PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI**

KONSUMEN PADA CV. SUKSES ABADI KECAMATAN SUGIO KABUPATEN LAMONGAN ”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini dapat diuraikan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan ?
2. Apakah variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan ?
3. Apakah variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan ?
4. Apakah variabel harga, lokasi dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan ?
5. Diantara variabel harga, lokasi dan promosi manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap minat beli konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga secara parsial terhadap minat beli konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel lokasi secara parsial terhadap minat beli konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel promosi secara parsial terhadap minat beli konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga, lokasi dan promosi secara simultan terhadap minat beli konsumen CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan.
5. Untuk mengetahui manakah diantara variabel harga, lokasi dan promosi yang berpengaruh paling dominan terhadap minat beli konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan kegunaan sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan yaitu memberikan wawasan dan pengetahuan di bidang pemasaran sehingga bisa menjadi salah satu referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya tentang Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen.

2. Secara Praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan atau pertimbangan dalam mengambil keputusan dan pengelolaan CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan Terhadap Harga, Lokasi dan Promosi sehingga menimbulkan atau meningkatkan minat beli konsumen.