

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan gaya hidup warga Indonesia semakin maju & teknologi berkembang begitu pesat seiring menggunakan perkembangan zaman. Pola gaya hayati warga pun berubah yg galat satunya artinya terjadi perubahan pada minat berbelanja konsumen atau konduite konsumen. Minat beli konsumen ketika ini berubah dikarenakan adanya tuntutan era moderinisasi khususnya pada pemilihan loka berbelanja. Semakin berkembangnya pasar terkini ini menaruh banyaknya pilihan bagi konsumen buat menentuka produk yg mana yg akan dibelinya, loka mana yg akan dijadikannya menjadi tujuan berbelanja, dan produk ditempat perbelanjaan mana yg sekiranya mempunyai kualitas & harga yg sinkron menggunakan hasrat konsumen. Dengan semain poly dijumpai minimarket pada aneka macam kota, maka eksistensi minimarket pada tengah-tengah warga sebagai semakin penting. Hal ini disebabkan selain lantaran adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap minimarket itu sendiri minimarket membuahkna kegiatan pada berbelanja sebagai sangat gampang menggunakan adanya barang-barang yg tersedia didalamnya. Selanjutnya, ketertarikan konsumen buat mempunyai & membeli suatu produk sendiri jua ditentukan sang dorongan berdasarkan pada diri konsumen buat mempunyai & membeli suatu produk. Dorongan berdasarkan pada diri konsumen buat mempunyai suatu produk adalah respon terhadap rangsangan (stimuli) baik berdasarkan luar juga berdasarkan pada diri konsumen. Dorongan tadi menciptakan konsumen mempunyai minat buat membeli produk yg diinginkannya. Minat beli adalah konduite yg muncul menjadi respon terhadap suatu objek yg menampakan hasrat buat melakukan pembelian. Untuk membentuk minat beli konsumen, suatu perusahaan harus tetapkan taktik pemasaran yg baik. Strategi pemasaran sendiri adalah tindak lanjut berdasarkan sosialisasi pasar, yg menyangkut taktik yg akan diterapkan pada memasarkan produk supaya bisa diterima sang pasar. Strategi pemasaran ini adalah suatu langkah-langkah yg harus ditempuh pada memasarkan produk yg ditujukan dalam peningkatan penjualan.

Saat ini rakyat berbelanja barang kebutuhan harian, merasa lebih percaya apabila berbelanja pada ritel-ritel yg telah memiliki nama misalnya Alfamart. Minimarket ini telah beredar sampai ke pelosok desa pada semua indonesia.

Untuk menciptakan minat beli yg baik Alfamart wajib berusaha keras buat menciptakan taktik-taktik yg bisa menarik minat konsumennya. Minat beli konsumen akan ada menggunakan cara menaruh rabat harga, tetapkan harga yg strategis, menaruh kupon buat produk-produk tertentu, menaruh kemudahan pembayaran nir tunai. Harga barang niscaya sebagai akibatnya nir perlu ditawar, & bisa berbelanja banyak sekali kebutuhan pada satu loka & lain-lain buat meningkatnya minat beli konsumen. Selanjutnya lokasi pula adalah faktor krusial yg menghipnotis minat beli konsumen, jika pemilihan lokasi strategis/baik maka minat beli akan meningkat/baik. Lokasi adalah loka pada mana perusahaan wajib berkantor & melakukan operasi atau kegiatannya. Lokasi yg gampang dijangkau sang rakyat & dekat menggunakan keramaian adalah lokasi yg sempurna buat memilih bisnis. Dalam hal ini, seseorang juga sekelompok orang akan menentukan lokasi bisnis yg nir jauh berdasarkan lingkungan penduduk supaya bisnis mereka poly dikunjungi rakyat lantaran lokasinya yg gampang dijangkau sang rakyat, loka yg higienis & nyaman, masih ada fasilitas kartu anggota, menyediakan kebutuhan harian rakyat misalnya makanan, kebutuhan tempat tinggal tangga dan mengutamakan kepraktisan & kecepatan yg pada dukung berdasarkan luas toko yg nir terlalu akbar sebagai akibatnya memudahkan konsumen pada berbelanja. Keuntungan lain menggunakan berbelanja pada minimarket yaitu suasana kondusif & nyaman pada berbelanja, nir kesulitan menentukan barang-barang yg diperlukan. Selain itu pada menjalankan bisnis taktik kenaikan pangkat sangat dibutuhkan. Dengan adanya kenaikan pangkat menaruh berita produk pada sasaran pasar, kenaikan pangkat diperlukan bisa mempertinggi penjualan & minat beli konsumen. Promosi yg dipakai Alfamart melalu media umum misalnya Instagram, Facebook & brosur. Promosi memakai media umum bertujuan buat mengenalkan & memberikan produk alfamart guna buat menarik minat beli dan kenaikan pangkat memakai media umum sangat gampang dilakukan, nir perlu kapital akbar & cepat dikenal poly orang. Kemudian buat menarik minat beli konsumen perusahaan pula wajib meberikan pelayanan yg lebih memuaskan berdasarkan dalam yg diberikan sang pesaing sebagai akibatnya bisa menyebabkan kesetiaan & asa membeli bagi para pelanggan. kualitas pelayanan dipakai sang perusahaan buat menambah daya tarik supaya konsumen mencoba suatu produk yg ditawarkan. Menurut Fandy Tjiptono pada Putri Miftakul Jannah (2018) Kualitas pelayanan adalah berukuran seberapa mengagumkan taraf layanan yg diberikan sanggup sinkron menggunakan

ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diketahui menggunakan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yg konkret-konkret mereka terima atau peroleh menggunakan pelayanan yg sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Dalam menentukan minat beli konsumen pada Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah maka dibutuhkan data penjualan untuk membuktikan seberapa banyak konsumen yang membeli produk di Alfamart. Berikut adalah daftar penjualan Alfamart .

Tabel 1 Data Total keseluruhan penjualan produk dan total jumlah konsumen yang berbelanja pada Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah tahun 2021

Bulan	Alfamart 12 B	
	Pengunjung	Penjualan
Januari	2.264	Rp 199.345.684,00
Februari	3.329	Rp 206.482.081,00
Maret	2.490	Rp 187.675.936,00
April	1.743	Rp 125.673.564,00
Mei	2.150	Rp 171.034.678,00
Juni	2.179	Rp 145.678.564,00
Juli	2.155	Rp 115.890.507,00
Agustus	2.359	Rp 172.648.417,83
September	2.956	Rp 221.476.892,00
Oktober	1.245	Rp 143.567.456,00
November	2.280	Rp 143.889.324,00
Desember	2.320	Rp 189.356.789,00

Sumber data: Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah).

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung dengan jumlah hasil penjualan pada Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah dari bulan januari-desember 2021 mengalami naik turun dari segi pengunjung maupun hasil penjualan. Dari data tersebut terlihat bahwa minat beli konsumen untuk berbelanja di Alfamart menurun yang mengakibatkan pendapatan Alfamart juga ikut menurun. Atas dasar itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada masalah tentang minat beli konsumen di Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah ini. Maka peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, LOKASI, PROMOSI, AN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA ALFAMART 12B TRIMURJO KABUPATEN LAMPUNG TENGAH”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, dapat disimpulkan identifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Harga yang tidak sesuai pada label yang ditempel pada produk..
2. Lokasi yang kurang luas dan kurangnya kenyamanan dan keamanan.
3. Promosi yang kurang optimal dalam menarik minat beli konsumen.
4. Karyawan yang kurang cekatan dalam menolong pelanggan dan seperti komputer kasir bermasalah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, disimpulkan rumusan masalah penelitian ini yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Minimarket Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen Minimarket Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen Minimarket Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen Minimarket Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah?
5. Apakah harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli Minimarket Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

D. Tujuan Penelitian

Terdapat tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Minimarket Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.
2. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen Minimarket Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen Minimarket Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen Minimarket Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

5. Untuk mengetahui apakah harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli Minimarket Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat di gunakan perusahaan Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah sebagai bahan masukan untuk memperbaiki dan peningkatan pemasaran serta keberhasilan perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga dapat memberikan pelayanan public yang optimal dan memuaskan.
2. Bagi Penulis, menjadi studi banding antara pengetahuan teori yg pada bisa pada perkuliahan menggunakan praktek yg terdapat pada lapangan, menggunakan adanya penelitian ini penulis bisa menerapkan ilmu yg sudah pada peroleh pada pada perkuliahan.
3. Bagi Akademisi, memberikan bahan masukan kepada para akademisi selanjutnya serta untuk dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan model yang lebih optimal dan kompleks terhadap penelitian sebelumnya.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Data Kuantitatif yaitu data pada bentuk nomor yg bisa pada hitung, yg pada peroleh berdasarkan perhitungan koefisien yg akan pada lakukan yg herbi perkara yg pada teliti. Penelitian ini dilakukan pada Minimarket Alfamart Kabupaten Lampung Tengah tahun 2021. Hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, lokasi, pelayanan, dan fasilitas terhadap minat beli konsumen.

G. Sistematika Penulisan

Metode penulisan ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman mengenai penelitian yang di lakukan. Maka penulis akan memaparkan sistematika penulisan pada laporan penelitian yaitu seperti :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini mengungkapkan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan & manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini mengungkapkan tentang kajian literature, kerangka pemikiran, penelitian relevan, & hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini mengungkapkan tentang desai penelitian, definisi operasional variable, populasi & sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai citra generik objek penelitian, output penelitin & pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai konklusi & saran menurut output penelitian & pembahasan

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**