

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis adalah usaha menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh perorangan, sekelompok orang atau organisasi kepada konsumen (masyarakat) dengan tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan/laba (profit). Pada dasarnya, kita melakukan bisnis adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan (profit).

Setiap perusahaan pada umumnya menginginkan keberhasilan dalam menjalani bisnisnya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan mereka butuhkan dengan menciptakan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2000 dalam Iswayanti, 2010).

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada saat ini membuat perusahaan dituntut untuk mencari alternatif-alternatif dalam hal menarik konsumen. Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan.

Toko Bangunan saat ini telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat yang ingin membangun rumah. Selain itu bisnis usaha yang juga merasakan

ketatnya persaingan saat ini adalah toko berkah bangunan desa lempur danau. Persaingan tersebut ditandai dengan berdirinya bisnis bahan bangunan yang dirikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

**Tabel 1.1**  
**Nama-nama barang yang dijual di berkaha bangunan**

NO	NAMA BARANG	HARGA
1.	Keramik Roman 20 x 20 Golongan A	Rp.87.000
2.	Keramik Arwana Warna Tua 20 x 20	Rp.37.000
3.	Keramik Arwana Warna Putih 30 x 30	Rp.31.500
4.	Keramik Milan Supermilan 25 x 33 Golongan A	Rp.56.500
5.	Keramik Mulia Warna Tua 20x20	Rp.38.500
6.	Keramik Mulia Warna Impresso 30x30	Rp.40.000
7.	Pipa wapin	Rp.18.000- Rp. 55.000
8.	Semen padang 40 kg	Rp.80.000
9.	Semen dynamik 40 kg	Rp.85.000
10.	Besi beton 6mm	Rp.26.000
11.	Besi beton 8mm	Rp.40.000
12.	Besi beton 10mm	Rp.59.000
13.	Besi beton 12mm	Rp.84.000
14.	Besi beton 16mm	Rp.140.000
15.	Kayu jati	Rp.305.000- Rp.907.000
16.	Kayu ulin	Rp.260.000- Rp.785.000
17.	Batu bata merah	Rp.1500/biji

*Sumber:toko berkah bangunan*

Pada gambar 1.1 dapat di lihat bahwa Toko Berkah bangunan merupakan sebuah usaha yang bergerak pada penjualan bahan bangunan dan keramik. Toko Berkah bangunan sendiri sudah berdiri sejak lama yakni pada tahun 2014 dan mulai menjual keramik pada tahun 2019. Usaha dagang ini menjual berbagai bahan bangunan, keramik dan perkakas untuk membuat bangunan

seperti semen, pipa batu bata berbagai macam kayu. Harga yang di tawarkan di berkah bangunan juga bervariasi.

Menurut Kotler (2012) keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisis atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Keputusan pembelian juga merupakan salah satu dari bagian perilaku konsumen. Dimana perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakantindakan tersebut.

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Toko Berkah Bangunan**

Bulan	Penjualan	
	Tunai	Kredit/ Arisan
Januari	65.780.000	-
Februari	78.905.000	-
Maret	135.890.000	-
April	95.600.000	-
Mei	78.500.000	25.000.000
Juni	42.000.000	-
Juli	55.670.000	-
Agustus	70.860.000	-
September	122.540.000	65.000.000
Oktober	93.400.000	-
November	89.900.000	25.000.000
Desember	46.900.000	-

Sumber : Toko Berkah Bangunan.

Tabel 1.2 diatas merupakan data penjualan berdasarkan wawancara bersama bapak Narson selaku pemilik toko berkah bangunan. Dimana setiap bulannya

terdapat transaksi penjualan dengan penjualan tertinggi terdapat pada bulan maret yaitu sebesar Rp. 135.890.000.

Hal tersebut menjadi faktor-faktor yang akan memutuskan konsumen akan berbelanja di tempat tersebut, keputusan pembelian digunakan 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. Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli barang dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

Dalam menjalankan bisnisnya, sebuah toko harus memiliki sebuah produk yang memiliki agar dapat dijual kepada konsumen dengan uang sebagai alat tukarnya sehingga dapat menghasilkan laba. Tujuan toko sendiri yaitu untuk menghasilkan laba yang maksimal. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, maka perusahaan harus dapat menghasilkan produk yang bernilai.

Definisi tersebut diperkuat oleh pendapat dari Fandy Tjiptono (2015) yang menyatakan produk sebagai segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya ( kotler 2013)



Kotler dan Amstrong dalam Weenas (2013) mengemukakan bahwa: Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut yang bernilai lainnya.

Fenomena tentang kualitas produk pada toko Berkah Bangunan ini menjual berbagai Produk bahan bangunan dan perkakas untuk membuat bangunan seperti macam kayu, paku, cat, besi pondasi, pipa dan keramik. Pada toko berkah bangunan lebih mengutamakan penjualan produk dengan kualitas yang terbaik, karena kosumen akan mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan suatu produk dengan kualitas yang terbaik. Selain itu juga konsumen menginginkan kualitas produk terbaik karena memberikan masa pakai yang lebih lama.

Fandy Tjiptono (2015) mengemukakan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. sedangkan menurut Hasan (2013) Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Fenomena harga pada toko Berkah Bangunan adalah Harga dari produk yang dijual diberkah bangunan sangat terjangkau oleh kalangan menengah, dengan harga yang standar mampu memberikan kualitas yang baik. Harga produk yang dijual di Berkah Bangunan juga mampu bersaing dengan toko bangunan lainnya, dengan memberikan kualitas produk yang baik dan harga yang

terjangkau, Di toko ini juga memiliki keunikan tersendiri terhadap sistem pembayaran khususnya pembelian keramik, dimana para konsumen bisa membeli keramik dengan cara arisan perbulan yang di owner kan oleh pemilik toko. pada toko berkah bangunan, tetapi sistem pembayaran tersebut hanya berjalan di tahun pertama saja. sebagai salah satu bisnis yang bergerak di bidang penjualan alat bangunan, diharapkan dapat menawarkan sesuatu yang dapat menjaring minat konsumen lebih banyak lagi. Produk yang berkualitas bagi konsumen sehingga konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang dibelinya.

Menurut Kotler (2014), Lokasi dapat didefinisikan lokasi sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari. Sedangkan menurut Sunyoto (2015), Lokasi diartikan sebagai Lokasi yang strategis dimana banyak calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui dan dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual.

Fenomena Lokasi pada toko Berkah Bangunan sangatlah strategis karena terletak di tepi jalan desa Lempur Danau yang dekat dengan pemukiman masyarakat setempat dan sangat mudah dijangkau oleh masyarakat desa Lempur Danau dan masyarakat sekitarnya. Toko ini tidak memiliki tempat parkir yang khusus sehingga dapat menghambat kelancaran kendaraan lainnya. Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan

berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri. . Pemilihan suatu lokasi usaha yang strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha di masa yang akan datang. Lokasi usaha toko Berkah bangunan sangat strategis karena toko tersebut berada di tepi jalan Lempur Danau.

Berdasarkan fenomena di atas, untuk meneliti tentang bagaimana bentuk keputusan pembelian pada toko Berkah bangunan Kabupaten Kerinci jika dikaitkan dengan produk yang ada, harga yang mampu di jangkau kalangan masyarakat, dan lokasi yang terjangkau dalam bentuk proposal yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada toko Berkah Bangunan desa Lempur Danau Kabupaten Kerinci”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang didapat dari penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada toko Berkah Bangunan dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pada toko Berkah Bangunan dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
3. Apakah terdapat pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko Berkah Bangunan dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko Berkah Bangunan dan berapa besar pengaruhnya secara simultan?

### 1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada toko Berkah Bangunan dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada toko Berkah Bangunan dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada toko Berkah Bangunan dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada toko Berkah Bangunan dan berapa besar pengaruhnya secara simultan?

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis
  1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dalam mengembangkan wawasan berfikir dan menambah pembendaraan dibidang manajemen, khususnya mengenai konsep dan teori-teori mengenai pengaruh Produk ,Harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian
  2. Diharapkan dapat menjadi masukan dan digunakan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan akademis.



## 2. Manfaat praktis

1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran bagi toko berkah bangunan dalam pelaksanaan pengaruh Produk ,Harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian.
2. Memberikan sumbangan pemikiran mengenai pengaruh Produk ,Harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian. sebagai perbandingan dalam melakukan penelitian untuk masa yang akan datang.

