

PENGARUH LOKASI, HARAGA DAN KUALITAS PRODUK TERHDAP KEPUTUASAN PEMBELIAN KONSUMEN, PD SUPER INDO TLOGOMAS KOTA MALANG

by Karinatul Khoiriyah

Submission date: 23-Mar-2020 05:39PM (UTC+0800)

Submission ID: 1280293570

File name: n_pembelian_konsumen_pada_super_indo_tlogomas_kota_malang-1.docx (28.42K)

Word count: 1483

Character count: 9395

**PENGARUH LOKASI, HARAGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUASAN PEMBELIAN KONSUMEN, PD SUPER INDO
TLOGOMAS KOTA MALANG**

RINGKASAN

Dalam Era global seperti sekarang ini, Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat di semua bidang terutama dalam bidang bisnis. Kita bisa lihat bahwasanya bebasnya perdagangan dunia yang terjadi sekarang mengakibatkan banyaknya perusahaan-perusahaan asing yang berkembang di Indonesia. Tidak bisa dipungkiri Malang adalah kota terbesar kedua di Jawa Timur jadi tidak heran bila kota ini tidak menghindari serbuan ritel asing. Salah satu contoh peritel Nomor satu Indonesia, yakni *Transmart* kini sudah hadir di Kota Malang ini, dan tidak terkecuali Super Indo yang merupakan salah satu badan usaha pemasaran (ritel).

Pada penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 100 responden. Dengan jumlah populasi yang tidak diketahui atau jumlahnya tidak terbatas dengan sampel penelitian yaitu menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*.

Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan hasil bahwa pengaruh lokasi secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Adapun pengaruh harga secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan pengaruh kualitas produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara simultan pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, maka secara simultan variabel lokasi, harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Super Indo Tlogomas Kota Malang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam Era globalisasi seperti sekarang ini, Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam segala bidang terutama dalam bidang bisnis. Perkembangan ini dapat menimbulkan ketergantungan dan juga mempertajam persaingan bisnis antara perusahaan, baik itu perusahaan asing maupun perusahaan luar negeri, maraknya persaingan bisnis terutama bisnis ritel yang sudah menjadi bisnis global, menjadikan Indonesia tidak bisa menghindari dari serbuan ritel asing. Dengan skala kekuatan besar baik dari segi keuangan, manajemen, maupun jaringannya, ritel modern raksasa sudah banyak masuk ke Indonesia sehingga terjadi perubahan peta bisnis yang cukup pesat dan signifikan. Indonesia dengan jumlah penduduk 269 juta jiwa, terbesar ke empat di dunia (sumber: worldometer 28 april 2019) merupakan pasar potensial bagi bisnis ritel modern. Dalam 10 tahun terakhir bisnis ritel modern dengan format *Hypermart*, *Supermarket* dan *Minimarket* sudah menjamur, bahkan kini bisnis ritel mulai merambah ke kota-kota dan kabupaten.

Tidak bisa dipungkiri Malang adalah kota terbesar ke 2 di Jawa Timur jadi tidak heran bila kota ini tidak menghindari serbuan ritel asing. Salah satu contoh peritel Nomor satu Indonesia, yakni *Transmart* kini sudah hadir di kota Malang,

dan tidak terkecuali Super Indo yang merupakan salah satu badan usaha pemasaran (ritel). Dewasa ini berbagai kenyamanan dan kemudahan yg tersedia menjadikan *Supermarket* tempat untuk berbelanja yg sangat digemari oleh masyarakat, karena barangnya yang super lengkap, suasana berbelanja yang nyaman dan juga kualitas produk tentu lebih bagus.

. Menurut M. Rifa'i, Suprihatin & Warter Agustim (2019). Yang tidak kalah penting dalam pengembangan suatu usaha adalah masalah lokasi usaha juga sangat penting untuk diperhatikan, lokasi sangat berkaitan dengan saluran pemasaran. lokasi merupakan salah satu bagian mendasar bagi konsumen dalam keputusan pembelian, apabila lokasi perusahaan mudah dijangkau dan mudah diakses oleh transportasi umum maka perusahaan tersebut mempunyai nilai tambah tersendiri. Penentuan lokasi adalah strategi utama dalam usaha ritel. Lokasi yang strategis akan menjadikan jalan pembuka yang menentukan kesuksesan usaha ritel, banyak pengusaha ritel yang terkadang tidak memperhatikan dan tidak terlalu memahami pentingnya lokasi sehingga tidak melakukan survei terkait tempat yang akan dipilih. Begitu juga dengan fasilitas, fasilitas adalah sarana yang mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas, konsumen akan mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk, Menurut Kotler & Armstrong (2001:25) *Brand Image* adalah seprangkat keyakinan konsumen mengenai merk tertentu, *image* konsumen yang positif terhadap suatu *Brand* lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian, *Brand* yang baik juga menjadi dasar untuk membangun citra perusahaan yang positif. Menurut Warter Agustim (2010) Manfaat dari citra merk yang positif bisa mengembangkan lini produk dengan memanfaatkan citra positif yang telah terbentuk, Sedangkan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut (Kotler dan Armstrong: 2001)

Jadi harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, apabila harga lebih murah dari pesaing maka konsumen akan melakukan pembelian ulang, yang biasa kita temui

di *supermarket*, swalayan mereka menggunakan strategi harga ganjil contoh kecilnya ketika kita membeli barang dengan harga Rp.19.900 dan ditoko pesaing mereka membulatkan harga menjadi Rp.20.000 otomatis konsumen lebih memilih produk yang kita jual sekalipun selisih harga hanya 100 rupiah.

Dan yang biasanya menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian selain melihat dari lokasi dan harga tak jarang mereka memperhatikan kualitas produk yang kita jual, dan sebagai pemasar kita harus tau bahwa kualitas menjadi kunci utama supaya produk yang dijual dapat dikenal dan dipercaya oleh masyarakat, jika kita menginginkan konsumen memiliki loyalitas terhadap produk yang kita jual maka salah satu cara yang harus dilakukan yaitu meningkatkan kualitas baik itu kualitas layanan maupun kualitas produk, dan juga dengan menciptakan produk yang berkualitas, maka perusahaan akan mendapatkan predikat yang baik di mata pelanggan.

Bauran pemasaran atau yang kita kenal dengan *marketing mix* merupakan alat yang dapat digunakan oleh pemasar untuk membenarkan karakteristik yang ditawarkan kepada pelanggan, alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan merancang program taktik jangka pendek

Berhasilnya suatu perusahaan menurut konsep pemasaran adalah ⁸ apabila perusahaan tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik, kondisi semacam ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mampu berkompetisi dengan perusahaan sejenisnya, ⁶ sejalan dengan hal tersebut, upaya yang dapat dilakukan dalam memasarkan suatu produk yakni dengan melakukan kegiatan bauran pemasaran yang meliputi, menciptakan produk yang diminati dan dibutuhkan oleh konsumen, menentukan harga yang kompetitif dan tidak terlalu mahal dari harga pesaing, dan memiliki saluran distribusi yang luas.

Super Indo memiliki gerai diseluruh Indonesia dan salah satu gerainya berada di kota pendidikan dan juga kota wisata ini yakni kota Malang khususnya di daerah Tlogomas kota

Malang, pemilihan lokasi di Super Indo Malang sebagai tempat penelitian karena salah satu gerainya berada di Jl. Raya Tlogomas no 5a, Tlogomas, Kecamatan Lowokwaru, Malang. Super Indo telah memberikan yang terbaik, baik dari segi kualitas pelayanan, kualitas produk, harga yang terjangkau dan dilihat dari lokasi yang cukup strategis karena lokasi Super Indo berada di lokasi tengah-tengah Kota Malang.

Super Indo merupakan usaha ritel yang berbentuk *supermarket* di Indonesia yang menyediakan berbagai ragam produk kebutuhan setiap hari mulai dari makanan, lauk-pauk dan lain sebagainya dengan kualitas yang dapat diandalkan, barang super lengkap, harga hemat, dan lokasi Toko yang mudah dijangkau. Kesegaran dan kualitas produk selalu dijaga melalui pilihan sumber yang baik dan penanganan yang sesuai dengan *standart prosedur operasional* yang selalu dipantau oleh perusahaan..

Berbagai merk produk bisa didapatkan dengan mudah di Super Indo, sehingga selera atau minat dan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda bisa terakomodir dengan mudah dan baik, sebagai *supermarket* tertentu kelengkapan barang yang dijual juga menjadi pusat perhatian para konsumen karena pada dasarnya konsumen akan lebih senang jika bisa berbelanja semua barang kebutuhannya hanya di satu lokasi, ditambah semua produk yang ada di Super Indo cukup bersaing, maksudnya harga yang ditawarkan Super Indo cukup terjangkau untuk semua pelanggannya, dimana sasaran atau pelanggan dari Super Indo adalah mahasiswa dan ibu rumah tangga, serta pelaku usaha, jadi yang mereka cari adalah barang yang lumayan murah dengan kualitas baik. Yang lebih penting dari Super Indo adalah Super Indo cukup mendukung perekonomian lokal. Sehingga bisa kita lihat Super Indo memberikan ruang bagi produk usaha lokal, sehingga banyak sekali UKM yang menjadi rekan Super Indo.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian yang kemudian akan dituangkan dalam bentuk sebuah skripsi dengan

**judul “ PENGARUH LOKASI, HaRGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KPUTSAN PEMBLIAN KONSUMEN”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah diatas , permasalahan yang di kaji dan diteliti jelas kompleks dan banyak, namun dalam penelitian ini tidak membahas semua permasalahan diatas sehingga diperlukan adanya batasan masalah diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Super Indo Tlogomas Malang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Super Indo Tlogomas Malang?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Super Indo Tlogomas Malang?
4. Apakah lokasi, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Super Indo Tlogomas Malang?

10
1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Super Indo Tlogomas Malang
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Super Indo Tlogomas Malang
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Super Indo Tlogomas Malang
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Super Indo Tlogomas Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti adalah supaya memberikan ilmu dan pandangan yg lebih luas dan juga untk mengetahui masalah yng dihadapi oleh perusahaan dlam upaya keputusan pembelian konsumen.

2. Instansi

Diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam pengetahuan dan informasi yang dapat dijadikan sebagai bhn masuukan dalam melkukan sebuah keputusan

3. Peneliti selanjutnya

Diharapkan menjadi sumber informasi tambhan pengetahuan dan juga untk acuan atau refrensi gn pengembangan lebih lanjut

PENGARUH LOKASI, HARAGA DAN KUALITAS PRODUK TERHDAP KEPUTUASAN PEMBELIAN KONSUMEN, PD SUPER INDO TLOGOMAS KOTA MALANG

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	adoc.tips Internet Source	3%
2	www.ejournal-s1.undip.ac.id Internet Source	3%
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2%
4	www.maxmanroe.com Internet Source	2%
5	jurnal.unpand.ac.id Internet Source	2%
6	calonwisuda.blogspot.com Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
8	www.scribd.com Internet Source	1%

9	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
10	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
11	pt.scribd.com Internet Source	1%
12	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
13	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

PENGARUH LOKASI, HARAGA DAN KUALITAS PRODUK TERHDAP KEPUTUASAN PEMBELIAN KONSUMEN, PD SUPER INDO TLOGOMAS KOTA MALANG

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
