

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha yang semakin pesat, kini banyak perusahaan yang menawarkan berbagai macam jenis usaha produk, baik jasa maupun barang. Setiap produk dibuat untuk memberikan kepuasan dan manfaat bagi konsumen. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Keberhasilan pemasaran dapat dilihat pada volume penjualan, sehingga setiap perusahaan berharap dengan peningkatan volume penjualan akan menghasilkan laba bagi perusahaan. Dengan adanya laba, diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan mengembangkan kelangsungan hidup usahanya serta dapat bersaing dengan perusahaan lainnya yang sejenis. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan dan mencari strategi baru untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

Di Kota Probolinggo sendiri, telah ada beberapa toko ritel modern yang telah dikenal oleh masyarakat sekitar. Berikut adalah daftar nama toko ritel modern pesaing dari CV. Sinar Terang *Supermarket* yang ada di daerah Kota Probolinggo :

Tabel 1
Toko Ritel Modern Pesaing
CV. Sinar Terang *Supermarket*

No	Nama Toko	Jarak dari CV. Sinar Terang <i>Supermarket</i>	Alamat
1	Karunia Damai Sejahtera <i>Supermarket</i>	10 Meter	Jl. Dr. Sutomo No. 60A, Kelurahan Tisnonegaran, Kecamatan Kanigaran, Kota Probolinggo, Jawa Timur 67211
2	Graha Mulia <i>Supermarket</i>	300 Meter	Jl. Dr. Sutomo No. 42, Kelurahan Tistonegaran, Kecamatan Kanigaran, Kota Probolinggo, Jawa Timur 67211

Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Bisnis usaha ritel modern ini memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya toko ritel modern ini, bisa mempermudah konsumen dalam berbelanja kebutuhan sehari – harinya. Hal ini dikarenakan toko ritel modern menyediakan berbagai macam jenis produk yang dapat memenuhi kebutuhan sehari - hari konsumen. dan di CV. Sinar Terang *Supermarket* menjual kurang lebih sebanyak 7.000 *product item*. Berbagai macam produk yang dijual di CV. Sinar Terang *Supermarket* diantaranya adalah merk kosmetik (Wardah,

Inez, Purbasari, Emina, Pixy, Mustika Ratu, Garnier, Pond's, LT Pro, POISE), handbody lotion (Vaseline, Nivea, Citra, Marina, Herborist, Nature-E), shampoo (Pantene, Dove, Sunsilk, Loréal, TRESemme, Lifebouy), berbagai macam bumbu – bumbu, tepung, minyak goreng, beras, mi instan, kecap, susu, mentega, telur, kue basah, makanan ringan, makanan khusus balita, pengharum ruangan, tisu, serta berbagai macam peralatan rumah tangga lainnya.

Keberadaan toko ritel modern saat ini, tidak bisa dilepaskan dari kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang dan juga mengalami perubahan. CV. Sinar Terang *Supermarket* jelas akan berusaha memenuhi dan menyediakan berbagai kebutuhan yang diperlukan konsumen. Salah satunya yang dapat diberikan atau dipenuhi oleh pihak CV. Sinar Terang *Supermarket* kepada konsumen yaitu dengan menciptakan suasana toko yang nyaman, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, serta barang atau jasa yang mempunyai harga terjangkau dibandingkan dari para pesaingnya.

Semakin meningkatnya persaingan antar bisnis ritel modern di Kota Probolinggo, menyebabkan diperlukannya peningkatan kekuatan dalam perusahaan agar mampu menarik perhatian para konsumen agar membeli produk. Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mrenevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya¹. Yang dapat dilakukan adalah dengan cara memunculkan keunikan atau suatu ciri khas sebuah toko atau perusahaan

¹ Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. Hal 70

yang membedakan dengan para pesaingnya. Salah satu strategi yang dilakukan oleh CV. Sinar Terang *Supermarket* adalah dengan cara meningkatkan kepuasan para konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya². Dengan kata lain, kepuasan konsumen dapat mempengaruhi perasaan atau *mood* dari para konsumen yang berkunjung ke toko sehingga mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Kepuasan konsumen ada, karena pelayanan yang di berikan oleh pihak perusahaan bersifat profesional dan informasi yang diberikan kepada konsumen juga baik. Pelayanan yang dimaksud disini merupakan segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak CV. Sinar Terang *Supermarket* kepada konsumen. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian secara berulang-ulang yang nantinya akan berpengaruh pada peningkatan penjualan. Dengan memberikan pelayanan yang baik, diharapkan dapat mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian. Semakin baik kepuasan dari para konsumen yang berbelanja di CV. Sinar Terang *Supermarket* , maka semakin banyak pula konsumen yang akan membeli ulang produk dari CV. Sinar Terang *Supermarket*.

Hal lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk selanjutnya adalah pengadaan *bonus pack* atau paket bonus dari produk yang ada di CV. Sinar Terang *Supermarket*. *Bonus Pack* adalah *reduce price pack is a single package sold a reduce price*, yaitu bonus dalam kemasan yang

² *Ibid.*, Hal 82

dijual pada pengurangan harga³. Jadi, *Bonus Pack* atau paket bonus merupakan strategi promosi penjualan dengan memberikan bonus pada suatu produk. Misalnya membeli suatu produk Tisu Wajah dan jika konsumen membeli maka disitu juga mendapatkan bonus Tisu Wajah dengan kemasan yang lebih kecil. Strategi promosi penjualan ini biasa digunakan untuk meningkatkan pembelian impulsif dari konsumen.

Selain kepuasan konsumen dan pemberian *bonus pack*, faktor harga juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut⁴. Biasanya harga yang terendah yang akan dipilih dan diincar oleh konsumen, sehingga dapat meningkatkan permintaan pasar dan menghasilkan volume penjualan. Mengingat harga merupakan unsur penting dalam menentukan pasar dan profitabilitas disebuah perusahaan, biasanya CV. Sinar Terang *Supermarket* menetapkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan toko ritel lainnya. Karena, dengan penentuan harga yang lebih terjangkau akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang serta mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak.

Berdasarkan uraian di atas, mengenai kepuasan konsumen, *bonus pack*, harga serta keputusan pembelian, maka peneliti mencoba untuk

³ Isfantin, Sri Puji Lestari. 2018. Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap *Impulse Buying* melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur STIE Wijaya Mulya Surakarta*. P-ISSN 2089-550X. Hal 132

⁴ Abubakar, Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: ALFABETA. Hal 44

melakukan penelitian terkait penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Konsumen, *Bonus Pack* dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Sinar Terang Supermarket Kota Probolinggo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka dirumuskan masalah yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh variabel kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* secara parsial terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang Supermarket Kota Probolinggo?
2. Adakah pengaruh variabel kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* secara simultan terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang Supermarket Kota Probolinggo?
3. Variabel manakah diantara kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang Supermarket Kota Probolinggo?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah maka peneliti hanya membatasi pembahasan sebagai berikut :

1. Membahas mengenai pengaruh kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang Supermarket Kota Probolinggo.

2. Responden yang akan dijadikan sampel adalah konsumen yang telah membeli produk di CV. Sinar Terang *Supermarket* Probolinggo, yang berlokasi di Jl. Dr. Soetomo, Jati, Kecamatan Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur 67217.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka tujuan yang ingin di capai adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* secara parsial terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* secara simultan terhadap keputusan pembelian pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo.
- c. Untuk mengetahui diantara variabel kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo

1.4.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka hasil yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan supaya peneliti bisa menerapkan teori yang sudah dipelajari di bangku perkuliahan dengan kondisi di kehidupan nyata. Serta membandingkan hipotesis yang ada dengan kenyataan yang terjadi, juga dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan, pengalaman dan pengenalan serta dapat menganalisis fakta-fakta yang terjadi di lapangan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan yang diteliti atau perusahaan lain yang ingin membangun usaha bisnis yang serupa untuk menganalisis ketepatan dalam penerapan strategi pemasaran yang berfokus dalam kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* atau harga. Selain itu juga, hasil penelitian ini dapat berguna untuk perusahaan yang diteliti dalam proses pengambilan keputusan pada strategi pemasaran yang akan digunakan di masa mendatang.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan sumber referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat dijadikan sebagai tambahan sumber bahan bacaan untuk peneliti yang hendak meneliti selanjutnya.

1.5 Asumsi

Dalam pemecahan masalah yang dikemukakan, dapat terlaksana dengan baik, maka perlu adanya asumsi tertentu untuk mendukung suatu hipotesis yang diajukan. Asumsi merupakan anggapan-anggapan dasar yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian. Adapun asumsi peneliti adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen dapat memberikan dampak yang baik terhadap pembelian ulang produk di CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo.
2. Pemberian *bonus pack* dalam suatu produk dapat menimbulkan adanya pembelian impulsif, yaitu pembelian yang tidak terencana.
3. CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo menetapkan harga produk yang terjangkau.
4. Masing-masing variabel tentang kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* memiliki penilaian yang berbeda dari masing – masing konsumen.