

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada di benaknya itu.¹ Sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian.

Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga. Di Kota Kudus sendiri banyak perusahaan yang mengembangkan industri olahraga dan semua bersaing demi merebut kepercayaan dari konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan adalah yang terbaik. Hal ini disebabkan karena meningkatnya minat dan kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti lapangan futsal, lapangan sepak bola, *jogging track* di perumahan-perumahan, dan masih banyak lainnya. Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern saat ini karena berolahraga selain membuat tubuh lebih sehat dan mengurangi resiko terkena berbagai macam penyakit, berolahraga juga menjadi alasan masyarakat untuk menghabiskan waktu luangnya terkait dengan hobi berolahraganya.

¹ Rahma Eva Sheilla, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian", Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. VI, No. 03, (2007)

Syarat yang harus di penuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah mencapai tujuan tersebut dengan mengimplementasikan pelayanan yang baik dan mempertahankan pelanggan dengan membuat citra yang baik di benak konsumen yang nantinya akan menimbulkan loyalitas yang berkelanjutan. Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang serta jasa yang diinginkan konsumen. Kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau sebagai atribut dalam kelengkapan produk, seperti harga, produk, pelayanan umum, lokasi, dan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli.²

Setiap konsumen pasti memiliki harapan bahwa tempat berbelanja yang dikunjungi mampu memberikan kepuasan bagi mereka. Sebagai contoh, yaitu tersedianya keragaman jenis barang dalam kondisi yang baik. Bagi sebuah toko olahraga kelengkapan barang dagangan merupakan factor yang penting untuk menarik konsumen. Semakin lengkap jenis barang yang dijual maka semakin memenuhi keinginan konsumen, sehingga konsumen akan memutuskan untuk membeli produk mereka.³

Selain dengan adanya kelengkapan produk, agar usaha yang dijalankan bisa bersaing secara efektif, maka penentuan tempat yang strategis akan sangat membantu kelancaran usaha. Karena semakin dekat jarak dari penjual, maka konsumen akan semakin mudah untuk menjangkau dan makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal.⁴

Dalam persaingan bisnis, selain memiliki kelengkapan produk, harga pun dipertimbangkan dalam keputusan pembelian para konsumen.

² Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Ritel Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*, (Buku Seru, Jakarta, 2013), 81.

³ Armin Wakidah, *Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret*, Jurnal Artikel Manajemen, Vol. 1 Ni. 02, (2011): 05

⁴ Alreza Anan Hafidzi, *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Bravo Di Kota Bojonegoro)*, Skripsi Ekonomi (2013): 68

Harga menimbulkan berbagai interpretasi di mata konsumen. Konsumen akan memiliki interpretasi dan persepsi yang berbeda-beda tergantung dari karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri), latar belakang (sosial, ekonomi, demografi), pengalaman (belajar), serta pengaruh lingkungannya. Berbagai interpretasi dan persepsi tentang harga tersebut menimbulkan pengaruh yang berbeda-beda pada perilaku konsumen. Harga merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk.⁵

Konsumen mempunyai beberapa penilaian yang berbeda tentang harga suatu produk. Harga yang ditetapkan di atas harga pesaing akan dipandang sebagai harga yang terlalu mahal, sementara harga yang ditetapkan dibawah harga produk pesaing akan dipandang sebagai produk yang murah atau dipandang sebagai produk yang berkualitas rendah.⁶

Selain dengan adanya kelengkapan produk, agar usaha yang dijalankan bisa bersaing secara efektif, maka penentuan tempat yang strategis akan sangat membantu kelancaran usaha. Karena semakin dekat jarak dari penjual, maka konsumen akan semakin mudah untuk menjangkau dan makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal.⁷

Menurut penelitian terdahulu menemukan adanya pengaruh kelengkapan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alreza yaitu bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan pedagang berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen merasa kebutuhan

⁵ Alreza Anan Hafidzi, *Pengaruh Kelengkapan Produk*, 68

⁶ Alreza Anan Hafidzi, *Pengaruh Kelengkapan Produk*, 68

⁷ Alreza Anan Hafidzi, *Pengaruh Kelengkapan Produk*, 68

yang mereka inginkan terpenuhi.⁸ Penelitian Zuliani menghasilkan Ada pengaruh positif harga terhadap keputusan berbelanja.⁹ Indri menghasilkan penelitian bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan beli konsumen.¹⁰

Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya, diantaranya obyek penelitian berbeda yaitu obyek yang diteliti adalah Toko AND1 SPORT Kudus. Penelitian ini menggunakan empat variabel, tiga variabel independen yaitu kelengkapan produk, harga, dan lokasi dengan variabel dependen keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko AND1 SPORT Kudus”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko AND1 SPORT Kudus?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko AND1 SPORT Kudus?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko AND1 SPORT Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan yang dapat memecahkan masalah yang sesuai dengan rumusan masalah diatas.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁸ Alreza Anan Hafidzi, *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Bravo Di Kota Bojonegoro)*, Skripsi Ekonomi (2013): 68

⁹ Siti Zuliani, *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Di Mini Market Sarinah Swalayan Ngalian Semarang*, Skripsi Ekonomi (2005): 97

¹⁰ Indri Hastuti Listyawati, *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta*, Jurnal Manajemen Vol. IV, No. 2, September (2017): 57

1. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di toko AND1 SPORT Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di toko AND1 SPORT Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di toko AND1 SPORT Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Kalangan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan akademis, khususnya dibidang Ekonomi Syariah yang digunakan sebagai bahan dasar sebagai bahan dasar dan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kelengkapan produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
 - b. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yaitu untuk menambah informasi sumbangan pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian mengenai faktor kelengkapan produk, harga, lokasi serta keputusan pembelian.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai pengaruh kelengkapan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Serta dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi kinerja perusahaan.
 - b. Bagi Masyarakat

Manfaat penelitian bagi masyarakat, yaitu agar masyarakat dapat lebih memahami mengenai pengaruh kelengkapan produk, harga

dan lokasi terhadap keputusan pembelian, yang mana jika mampu memahaminya maka banyak manfaat yang akan didapat.

