

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, pasar swalayan dan lain-lain. Dewasa ini pasar swalayan semakin banyak dibuka di berbagai tempat baik di kota besar maupun di kota kecil, termasuk di kota Surabaya. Kehadiran pasar swalayan merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat kota. Tempat- tempat tersebut menyediakan fasilitas tempat belanja yang nyaman, dan dapat menyediakan segala kebutuhan konsumen dengan harga yang tidak kalah menariknya.

Pasar swalayan menyediakan berbagai kebutuhan konsumen dalam jumlah yang cukup besar dengan keuntungan yang kecil pada tiap unitnya. Hal ini seperti didefinisikan Kotler, (2000:592) bahwa pasar swalayan merupakan suatu bentuk usaha atau operasi penjualan yang dilakukan relatif besar, berbiaya rendah, bervolume tinggi, dan bersifat swalayan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti makanan dan produk perawatan rumah tangga. Dengan keuntungan yang kecil itu maka diharapkan swalayan mampu mencapai volume penjualan yang tinggi agar keuntungan yang diperoleh dapat maksimal.

Dalam perjalanannya pasar swalayan semakin meningkat baik dalam jumlah maupun pelayanan yang diberikan, keadaan tersebut menyebabkan adanya persaingan pada bisnis ritel.

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka melayani konsumennya, menangani pesaing, dan menyediakan produk. Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang sekiranya dibutuhkan oleh konsumen. Tanpa inovasi, produk suatu perusahaan bisa tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar.

Hal ini memungkinkan adanya perjuangan yang keras dalam mempertahankan keberadaannya dari sekian banyak usaha ritel di Indonesia serta di kota Surabaya pada khususnya. Agar bisa mengenal, menciptakan dan mempertahankan pelanggan, maka perusahaan harus mengerti akan kebutuhan

konsumen. Dari alasan tersebut maka perusahaan berlomba-lomba menawarkan produk dengan harga yang relatif murah dengan anggapan bahwa konsumen akan melakukan keputusan pembelian ulang. Pada kenyataannya, anggapan pihak perusahaan tersebut tidaklah sepenuhnya dapat dibenarkan oleh konsumen, karena keputusan pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen juga dipengaruhi oleh motivasi dan sikap konsumen.

Motivasi adalah keadaan alam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai sesuatu tujuan. Motif yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan (Dharmesta dan Handoko 2012 : 77).

Selain motivasi, sikap juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Mowen dan Minor (2002:319) sikap adalah inti dari rasa suka dan tidak suka bagi orang, kelompok, situasi, obyek, dan ide-ide tidak berwujud tertentu. Menurut Simamora, (2002) dalam Devina & Ghea (2013) bahwa di dalam sikap terdapat tiga komponen yaitu: *cognitive component* yaitu kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek, *affective component* yaitu emosional seseorang terhadap suatu objek apakah objek tersebut diinginkan atau disukai, dan *behavioral component* yang merefleksikan kecenderungan dan perilaku aktual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan untuk melakukan suatu tindakan.

Menurut Setiadi (2003, p.214) ada dua faktor yang dapat mempengaruhi maksud pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen dan faktor yang kedua adalah motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negatif orang lain tersebut akan semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyelesaikan tujuan pembeliannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Motivasi dan Sikap Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Reny swalayan-ku di Surabaya).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang di Reny swalayan-ku?
2. Apakah sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang di Reny swalayan-ku?
3. Adakah pengaruh secara bersama-sama motivasi dan sikap pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang di Reny swalayan-ku?
4. Faktor manakah dari motivasi dan sikap pelanggan yang memberikan pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian ulang di Reny swalayan-ku?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh motivasi pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang di Reny swalayan-ku
2. Pengaruh sikap pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang di Reny swalayan-ku.
3. Pengaruh motivasi dan sikap pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Reny swalayan-ku.
4. Faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang di Reny swalayan-ku.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan kajian ilmiah dan diharapkan mampu menambah wawasan, pengetahuan dalam ilmu di bidang marketing sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi.
2. Sebagai masukan atau memberikan informasi bagi perusahaan mengenai seberapa besar pengaruh motivasi dan sikap pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang di Reny swalayan-ku. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan produknya dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

3. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penelitian

Secara garis besar pembahasan dalam skripsi ini dibagi atas lima bab, yang kemudian dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Secara sistematis penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan empat sub bab yaitu tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab ini terdiri dari hasil penelitian terdahulu, teori/konsep, kerangka dasar pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini terdiri penelitian terdahulu, teori/konsep yang mendasari penulisan skripsi, kerangka dasar pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, skala pengukuran dan instrument penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data..

BAB IV PENYAJIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini terdiri dari Penyajian Data, Analisis dan Pembahasan

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri Kesimpulan dan Rekomendasi