

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Kebutuhan adalah suatu keinginan atas barang atau jasa yang jika tidak dipenuhi, maka akan mempengaruhi kehidupan manusia. Kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, sedangkan kebutuhan sekunder dan tersier merupakan kebutuhan setelah kebutuhan primer terpenuhi. (Putri, 2022).

Untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut, maka harus dilakukannya pembelian. Pembelian biasanya dilakukan di toko ataupun *e-commerce* sesuai dengan jenis kebutuhan tersebut. Jika kebutuhannya merupakan kebutuhan primer, maka pembelian akan dilakukan di toko yang terdekat dengan tempat tinggalnya. Maka dari itu produk yang dibutuhkan harus ada, sehingga masyarakat dapat melakukan pembelian.

Pada saat masyarakat sudah melakukan pembelian berdasarkan kebutuhannya, maka hal tersebut dinamakan keputusan pembelian konsumen yang berarti konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut atau tidak. Sehingga keputusan pembelian ini merupakan hasil yang dihasilkan oleh pemecahan masalah konsumen dalam waktu tertentu atas pencarian informasi yang dibutuhkannya. (Sendari, 2023).

Menurut (Mursalim, 2022) keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian sebagai pemecahan masalah yang dihadapinya dalam waktu tertentu. Keputusan pembelian juga merupakan proses yang dilakukan manusia untuk melakukan tindakan untuk memutuskan pembelian barang yang diperoleh yang merupakan hasil dari beberapa proses..

Sedangkan menurut (Assauri, 2004) keputusan pembelian adalah suatu proses dalam memutuskan membeli atau tidaknya produk yang keputusan tersebut merupakan hasil dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebelumnya. Biasanya konsumen memperhatikan harga, kualitas produk, serta kelengkapan produk yang masing-masing disesuaikan dengan kebutuhannya. Hal tersebut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, pastinya terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang akhirnya memutuskan produk tersebut jadi untuk dibeli atau tidak. Faktor-faktor tersebut dapat berupa harga yang sesuai, pelayanan yang baik, promosi yang menarik, lengkapnya produk yang dijual, dan tampilan dari toko tersebut. Faktor-faktor tersebut yang akan mendorong keputusan pembelian dari konsumen, sehingga para pemilik usaha dapat memperhatikan faktor-faktor tersebut. (Lalamove, 2023).

Berdasarkan pengamatan peneliti di CV. Karya Inti Makmur yang beralamat di Jln. Kol. Abunjani No. 61 Sipin selama 1 minggu, terdapat 2 faktor yang menonjol yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu harga produk dan kelengkapan produk. Seringkali peneliti melihat terjadinya kegiatan tawar-

menawar harga antara penjual dan pembeli sebelum akhirnya pembeli tersebut jadi untuk membeli atau tidak.

Pada hari keempat saat pengamatan, terdapat konsumen yang langsung membeli produk yang dibutuhkannya asalkan ada produk yang dicari di toko tersebut. Sehingga dapat dilihat bahwa kelengkapan produk juga mempunyai peranan penting agar konsumen mau melakukan pembelian di toko tersebut. Hal tersebut juga mengindikasikan bahwa harga bukanlah satu-satunya faktor dalam keputusan pembelian..

Selain itu, berdasarkan data yang peneliti peroleh dari CV. Karya Inti Makmur yang menunjukkan bahwa jumlah transaksi lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah produk yang terjual. Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen tidak hanya membeli 1 produk saja, akan tetapi juga membeli produk-produk pendukung dalam pemenuhan kebutuhan konsumen tersebut. Sehingga kelengkapan produk merupakan hal yang penting.

Menurut (Elimiasari, 2019) harga produk adalah nilai perproduk atau uang yang diberikan pembeli atas kesepakatan tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Secara sederhana harga adalah nilai yang ditukarkan pembeli terhadap suatu penawaran yang dilakukan. Harga menjadi poin penting dalam suatukesepakatan antara penjual dan pembeli guna menentukan nilai yang sesuai pada suatu produk.

Sedangkan menurut (Basu Swastha, 2010) harga produk merupakan jumlah uang yang terdiri dari kombinasi suatu produk beserta pelayanannya. Sehingga harga sudah mencakup nilai dari suatu produk, layanan toko, serta keuntungan toko.

Maka dari itu diperlukannya harga yang sesuai dengan kombinasi tersebut agar konsumen dapat memutuskan untuk membeli produk yang dibutuhkannya di toko tersebut.

Dari kedua definisi di atas dapat dilihat bahwa harga merupakan nilai yang ditawarkan penjual kepada pembeli yang mencakup nilai produk, pelayanan, serta keuntungan. Selain itu harga juga merupakan kesepakatan antara penjual dan pembeli, sehingga harga produk merupakan faktor yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen karena berkaitan langsung dengan keinginan konsumen.

Menurut (Nurus Safa'atillah, 2019) kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di toko dan ketersediaan barang-barang tersebut diujakan di toko. Bagi sebuah toko kelengkapan barang dagangan merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Meskipun harga jual lebih tinggi dari toko lainnya, tetapi karena lengkapnya barang yang dijual maka, toko ini banyak menarik pengunjung..

Sedangkan menurut (Engel, 2002) kelengkapan produk menyangkut tentang kedalaman, keluasan, kualitas produk, serta ketersediaannya produk tersebut selama di toko. Sehingga unsur dari suatu produk bukan hanya tentang kualitas produk saja, namun kuantitas produk ataupun keberagaman/variasi dari suatu produk juga penting untuk diperhatikan agar dapat mendorong keputusan pembelian konsumen.

Dari kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk mencakup keberagaman jenis produk dan juga jumlah ketersediaan produk tersebut

di toko. Maka dengan produk yang bervariasi akan memberikan pilihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, sehingga dapat mendorong keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Kesimpulan yang dapat peneliti peroleh saat melakukan pengamatan selama 1 minggu di CV. Karya Inti Makmur adalah jika harga tidak sesuai dengan kesepakatan maka pembeli tidak jadi melakukan pembelian. Begitu juga jika produk-produk yang ditawarkan toko tidak lengkap, maka pembeli tidak jadi melakukan pembelian dan memilih pergi ke toko yang memiliki produk yang lebih lengkap.

Masyarakat pada umumnya ingin sesuatu yang efektif dan efisien, sehingga cenderung untuk memilih toko yang memiliki produk-produk yang lengkap sesuai dengan kebutuhannya. Akan tetapi jika harga yang merupakan kesepakatan antara penjual dan pembeli tidak tercapai, maka masyarakat cenderung untuk tidak melakukan pembelian di toko tersebut. Maka faktor kelengkapan produk dan harga sangat penting.

Dalam beberapa toko, harga yang dipatok sudah termasuk kategori yang sesuai tetapi tenpatnya terbatas yang mengindikasikan bahwa produk-produk yang dijual pun terbatas. Sebaliknya ada toko lain yang tempatnya luas dan besar sehingga mengindikasikan bahwa produk-produk yang dijual memiliki keberagaman dan jumlah yang lebih banyak tetapi dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan toko lain..

Sehingga berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh antara harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian, lalu

manakah yang lebih berpengaruh mendorong keputusan pembelian. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di CV. Karya Inti Makmur”**

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh variabel harga produk terhadap keputusan pembelian di CV. Karya Inti Makmur?
2. Bagaimana pengaruh variabel kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di CV. Karya Inti Makmur?
3. Bagaimana pengaruh variabel harga produk dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian secara bersamaan di CV. Karya Inti Makmur?

1.3. BATASAN MASALAH

Untuk mencegah pembahasan yang terlalu luas dan juga di luar topik, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di CV. Karya Inti Makmur dan hanya melihat 2 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, harga dan kelengkapan produk.
2. Penelitian ini menggunakan aplikasi PLS sebagai alat hitung tiap variabel.
3. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pembeli ataupun pengunjung di CV. Karya Inti Makmur selama sekitar 1 bulan.

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga produk terhadap keputusan pembelian di CV. Karya Inti Makmur.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di CV. Karya Inti Makmur.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga produk dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian secara bersamaan di CV. Karya Inti Makmur.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

Adapun beberapa manfaat dari penelitian yang diharapkan peneliti untuk para pembaca:

1. Bagi pemilik usaha toko elektronik, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para pemilik usaha toko elektronik dalam mengembangkan usahanya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi pihak akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan ataupun referensi khususnya untuk melakukan penelitian yang sejenis.
3. Bagi masyarakat luas, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di toko elektronik.
4. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat mengasah kemampuan dalam meneliti suatu masalah yang sedang dihadapi di kehidupan sehari-hari.