

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pada saat saat ini perkembangan dunia bisnis retail tergolong tinggi, Bank Indonesia (BI) memperkirakan indeks penjualan RiiL (IPR) nasional level 242,9 pada april 2023, rekor tertinggi sejak awal pandemi covid-19. Menurut BI, peningkatan penjualan retail pada April 2023 dipengaruhi momen ramadan dan lebaran 1444 hijriah, strategi potongan harga dari pedagang retail, serta kelancaran distribusi barang di dalam negeri. Munculnya bisnis retail diindonesia terbagi menjadi 2 kelompok yaitu retail tradisional dan retail modern. Retail tradisional adalah kegiatan jual beli secara langsung dengan tempat yang tidak terlalu luas dan produk yang tidak terlalu banyak pilihannya. Sedangkan retail modern merupakan pengembangan dari retail tradisional. Salah satu retail modern terumurah diindonesia yaitu INDOGROSIR merupakan Perusahaan perdagangan dibidang ritel perkulakan modern yang menyediakan kebutuhan pokok sehari – hari. INDOGROSIR bergerak di bidang perdagangan wholesale (pedagang besar) yang menjual dan mendistribusikan barang kebutuhan pokok dan barang dagangan lainnya, dalam rangka melayani kebutuhan para pedagang (modern dan tradisional retailers) dan konsumen langsung (end users).

Saat ini merupakan era sektor pekonomian berkembang dengan pesat sehingga punya dampak yang baik bagi para pelaku usaha pada bidang industri penjualan produk maupun jasa. Kondisi ini dapat membuat dunia bisnis semakin kompetitif.

Maka daripada itu perusahaan dituntut menghasilkan produk barang dan jasa yang berkualitas dan mampu menjangkau banyak para pembeli dengan menyesuaikan *trend* dan kebutuhan gaya hidup pasar yang di target. Hal tersebut dibuat agar pembeli pada perusahaan yang serupa lebih paham terhadap apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pembeli merupakan cara dan solusi dalam melakukan inovasi produk maupun jasa yang digunakan.

Pada intinya suatu bisnis dapat sukses apabila dalam menjalankan usahaitu, pengusaha akan fokus memberikan perhatian dan solusi pada konsumen, keinginan dan permasalahan dari pasar yang ditargetkan.

Maka dari itu, pengusaha atau pemimpin perusahaan harus membuat inovasi secara berkelanjutan dan dapat konsisten kepada strategi yang telah direncanakan atau diterapkan sehingga bisnis yangdi kembangkan dapat mengalami peningkatandan keuntungan.

Kualitas produk merupakan hal yang paling penting dalam suatu bisnis. Kualitas produk mencakup sejumlah faktor yang menentukan nilai dan kepuasan konsumen. keandalan produk juga menjadi parameter kualitas yang penting. Menurut astuti miguna dan matondangnurhafifah (2020), kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu. Produk yang dapat diandalkan memberikan keyakinan kepadakonsumen terkait performa dan daya tahan.

Selain itu sertifikasi dan standar industry sering digunakan sebagai panduan untuk mengukur kualitas produk. Memahami kebutuhan dan ekspektasi target pasar juga merupakan kunci dalam menghasilkan produk yang memenuhi standar kualitas yang tinggi.

Fenomena yang ada pada kualitas produk indogrosir yaitu dengan harga yang murah mereka mampu menjual produk dengan kualitas yang baik, akan tetapi tentunya konsumen membandingkan harga terbaik dari kualitas yang ada untuk dibeli. Konsumen juga akan memilih produk dengan kualitas yang baik dengan harga yang murah apakah layak untuk dibeli atau produk dengan kualitas yang sangat baik tapi mahal yang akan di beli.

Selain kualitas produk, Harga juga merupakan permasalahan yang cukup banyak dihadapi Masyarakat. Harga merupakan nilai moneter yang diberikan untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Ada banyak Perusahaan yang tidak dengan baik menetapkan harga barang, masalah yang sering terjadi yaitu dengan menurunkan harga barang untuk mendapatkan penjualan , Perusahaan tidak dapat meyakinkan bahwa produknya yang bernilai lebih banyak dihargai tinggi. Persaingan dipasar juga berkontribusi pada penetapan harga. . Menurut Kotler dalam Sunyoto (2019), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan harus mempertimbangkan harga pesaing dan mencari keseimbangan antara menawarkan nilai tambah untuk menarik pelanggan dan memastikan keuntungan yang memadai.

Fenomena harga yang terjadi adalah indogrosir makassar menawarkan member keanggotaan. Member tersebut berupa member

biru, member merah dan member platinum. Ketiga member tersebut mempunyai kegunaan yang sama tetapi ada perbedaan kepunyaan. Untuk member biru dikhususkan untuk individual atau untuk pembelanjaan pribadi, member merah dikhususkan untuk usaha retail seperti toko kelontong/minimarket, dan member platinum diberikan kepada member merah dengan rata-rata transaksi pembelian minimal senilai tertentu dan pelayanan khusus. Benefit yang didapatkan menjadi member yaitu mendapatkan potongan harga atau poin IGR yang dapat digunakan sebagai pemotong pembayaran.

Selain harga, hal yang perlu diperhatikan dalam menarik minat beli yakni berhubungan dengan faktor lokasi. Definisi lokasi menurut (Kotler dan Armstrong, 2018) *“location is various activities of the company to make products produced or sold affordable and available to the target market”* Lokasi dapat diartikan sebagai tempat untuk melayani konsumen dan juga sebagai tempat menjangkau barang dagangannya. Jadi, lokasi adalah tempat dimana suatu perusahaan beroperasi atau tempat dimana suatu perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Lokasi merujuk pada tempat atau posisi fisik dimana suatu kejadian atau objek berada. Dalam konteks yang lebih spesifik, lokasi dapat mencakup berbagai hal, seperti Alamat fisik, koordinat geografis, atau Bahkan posisi relative suatu objek terhadap objek lainnya lokasi memiliki relevansi yang signifikan dalam berbagai konteks, termasuk bisnis, navigasi, penelitian, dan kehidupan sehari-hari. Dalam bisnis, misalnya, pemilihan lokasi dapat memengaruhi kesuksesan suatu Perusahaan.

Fenomena pada lokasi penelitian ini dapat dilihat dari lokasi indogrosir yang jauh dari pusat kota yang memungkinkan konsumen yang hanya akan membeli beberapa item saja enggan untuk berkunjung ke indogrosir makassar ini.

minat beli adalah ketertarikan atau kecenderungan seseorang untuk suatu produk atau layanan yang mendorongnya untuk membeli. Hal ini dapat dipengaruhi untuk kebutuhan, preferensi, atau rekomendasi seseorang. minat beli konsumen merupakan kesediaan konsumen untuk membeli suatu produk berdasarkan penilaian sampai kepada keputusan untuk membeli suatu produk tersebut (John Budiman Bancin, 2021).

Kebutuhan dasar atau fungsional sering menjadi pendorong utama minat beli. Jika suatu produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan dasar seseorang, seperti makanan, pakaian, atau tempat tinggal, kemungkinan akan besar minat beli seseorang.

Pengaruh sosial juga memainkan peran kunci. Rekomendasi dari teman, keluarga, atau tokoh berpengaruh dapat memperkuat minat beli. Ulasan online dan testimoni pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu produk atau layanan.

Fenomena meningkatnya minat beli pada Masyarakat terkait produk di indogrosir seiring dengan atensi Masyarakat terhadap produk terbaik pada indogrosir. Pelanggan yang datang berbelanja di indogrosir bukan hanya reseller saja tetapi para konsumen yang berbelanja eceran atau berbelanja kebutuhan bersifat pribadi juga sering membeli produk di indogrosir kota makassar ini.

Dapat dilihat bahwa peran dari sikap konsumen dalam melakukan pembelian untuk kebutuhan serta keinginannya terpenuhi dengan baik, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI INDOGROSIR KOTA MAKASSAR”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di indogrosir kota makassar?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di indogrosir kota makassar?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen diindogrosir kota makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah di kemukakan, maka tujuandar ipenelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen

D. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai memberikan informasi yang bermanfaat kepada pelaku usaha dan konsumen yang memiliki permasalahan terkait dengan penelitian ini.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna mengenai sejauh mana pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada supermarket indogrosir makasaar.