

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis retail merupakan bisnis yang menjanjikan seiring meningkatnya kebutuhan konsumen, maka dari itu banyak pelaku bisnis yang berlomba membuka bisnis retail di berbagai tempat. Bisnis retail harus memiliki keunggulan dan keunikan yang berbeda bagi pesaing retail yang lainnya agar menjadikan daya tarik konsumen dalam menawarkan berbagai hal yang positif antara lain kenyamanan saat berbelanja, variasi produk yang semakin beragam, kualitas produk dan harga produk yang dijual lebih murah sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Christin, 2022).

Menurut Lemana, 2017 dalam sebuah bisnis retail keputusan konsumen untuk membeli di toko dapat dipengaruhi oleh harga. Harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang dihasilkan mampu mendapatkan pengembalian atas seluruh nilai investasi yang dilakukan terhadap kegiatan yang dilakukan untuk mencegah atau mengurangi persaingan. Faktor yang tak kalah penting yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan adalah kelengkapan produk. Dengan adanya kelengkapan dan keragaman produk yang disediakan akan membuat konsumen tidak akan pindah ke perusahaan lain (Puspa et al., 2017).

Tidak hanya dari produk yang berkualitas menurut Rahmadina dan Millanyani, 2022 kepuasan konsumen juga bisa didapatkan karena adanya kualitas pelayanan yang baik dan cepat. Kualitas pelayanan sebagai usaha yang dapat digunakan untuk mewujudkan kenyamanan konsumen agar konsumen merasa mendapatkan lebih dari apa yang dibutuhkan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut menarik penulis untuk mengetahui dan mempelajari lebih dalam lagi mengenai “Analisis Marketing Model: Peran *Competitive Price*, Kelengkapan Produk Dan *Service Quality* Terhadap *Purchase Intention* Pada Retail Material Industry.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga kompetitif terhadap keputusan pembeli di toko bangunan barokah?
2. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembeli di toko bangunan barokah?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli di toko bangunan barokah?
4. Bagaimana pengaruh harga kompetitif, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembeli di toko bangunan barokah?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui pengaruh harga kompetitif terhadap keputusan pembeli di toko bangunan barokah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembeli di toko bangunan barokah.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli di toko bangunan barokah.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga kompetitif, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli di toko bangunan barokah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Universitas

Proposal ini dapat menjadi referensi dan sumber informasi mengenai pengaruh harga kompetitif, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli di sebuah usaha retail.

2. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di tempat magang secara langsung.
- b. Menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa di dunia kerja khususnya dibidang retail.
- c. Proposal ini dapat digunakan sebagai acuan menyelesaikan tugas akhir mahasiswa.

3. Bagi Perusahaan

Proposal ini dapat memberikan informasi kepada pemilik usaha toko bangunan barokah mengenai pengaruh harga kompetitif, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli, sehingga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan.