

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Disamping kegiatan pemasaran perusahaan juga perlu mengkombinasikan fungsi-fungsi dan menggunakan keahlian mereka agar perusahaan berjalan dengan baik. Dalam hal ini perlu diketahui beberapa definisi pemasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:27) bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun pelanggan yang kuat relationship”(hubungan pribadi)” untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan. Menurut Kotler dan Keller (20012), “Tugas pemasaran bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk produk Anda, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan Anda.” Dalam manajemen pemasaran, terdapat empat hal pokok yang dapat menjamin keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya, keempat hal pokok tersebut disebut bauran pemasaran (marketing mix).

Menurut Utami (2010:162) kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Penyediaan kelengkapan produk (product assortment) yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat

mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja. Hal ini memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan perusahaan.

Menurut Levy (2013) dalam Utami (2017) lokasi merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran produk atau jasa melalui tempat atau lokasi yang sama. Lokasi Dutalia, letaknya yang sangat strategis karena berada di jalan Timor raya. Letak Dutalia yang berada dipinggir jalan membuat siapa saja yang melewati tempat ini akan penasaran dan mencoba berbelanja. Lokasi Dutalia jl.Timur-raya, Km.7, kelapa lima, oesapa barat.,kec.kelapa lima, kota kupang, Nusa Tenggara Timur 85226

Menurut Kotler dan Keller (2012) Minat beli adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.

Swalayan Dutalia adalah salah satu swalayan yang berlokasi di Jalan Timor-raya, Kelurahan Oesapa Barat, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang, dan sudah beroperasi sejak tahun 1993.

Pada tanggal 23 Maret 1993, Bapak (alm) Hengky Hermanus, memilih salah satu lokasi yang menjadi jalur denyut ekonomi di Pulau Timor ini yakni Jalan Timor Raya sebagai alamat dari Dutalia Supermarket, adalah sebuah pilihan yang sangat baik dan jitu. Pelanggan yang sangat antusias dengan kehadiran Dutalia, selalu memadati Dutalia kala itu untuk mendapatkan bahan-bahan kebutuhan harian mereka.

Dutalia yang awalnya bernama Natalia dan masih beralamat di bilangan kompleks pertokoan Kota Lama, kerap menjadi pemasok utama bagi barang kebutuhan ke sejumlah daerah. Menurut penuturan beberapa karyawan lama yang ikut sejak awal Dutalia berdiri, nama Natalia (yang adalah nama toko Showroom Mobil dan Motor saat itu), hanya dipakai di saat sebelum pindah ke alamat saat ini. Dutalia bahkan kala itu, hadir hanya dengan penamaan “SUPERMARKET” saja. Pada tahun 1993, saat akhirnya ‘supermarket’ tersebut mulai terkenal, pada peresmianya, diperkenalkanlah nama DUTALIA, yang akhirnya dikenal hingga saat ini.

Saat itu, Dutalia memang menjadi supermarket pertama dan satu-satunya di Kota Kupang dan bahkan di NTT. Pembukaan Dutalia sebagai sebuah supermarket bahkan juga dihadiri Gubernur yang menjabat saat itu, yaitu Gubernur Hendrik Fernandez lengkap dengan karangan bunga ucapan selamat dari pihak Pemerintah Propinsi NTT yang sangat antusias dan memberi dukungan penuh. Sebagai respon atas dukungan Pemprop saat itu, tak tanggung-tanggung Dutalia di tahun-tahun awal berdirinya bahkan memasok kebutuhan bagi 12 wilayah kabupaten di Propinsi NTT dan juga ke Propinsi tetangga saat itu, Timor Leste.

Kehadiran Dutalia sejak saat itu, menjadi pionir bagi lahirnya sejumlah pusat perbelanjaan besar lainnya, mengingat Kota Kupang yang sedang bertumbuh juga masyarakat di pinggiran Kota Kupang yang memiliki animo berbelanja yang cukup tinggi. Sejak tahun 1993 hingga empat tahun belakangan, Dutalia masih terus dikenal dengan penamaan ‘Supermarket’. Namun belakangan ini, Dutalia

kemudian melakukan sejumlah terobosan dan memberi penamaan sebagai sebuah Superstore dengan beberapa pertimbangan strategis.

Dengan basis pelanggan di kota Kupang dan daerah penopang Kota Kupang (berbatasan dengan sejumlah wilayah penting dari Kabupaten Kupang, semisal Oesao, Naibonat, Oelamasi, dll) yang berjumlah kurang lebih 6000 hingga 7000-an pelanggan setia (berdasarkan catatan rekaman kartu member) diharapkan akan membuat Dutalia semakin mampu memberi pelayanan yang prima dan menjawab semua kebutuhan harian akan warga Kota Kupang dan sekitarnya.

Tabel 1.1

Kelengkapan produk Dutalia

Grocery-food	Grocery –non food
1. Baby milk (susu bayi) - 30 macam	1. Battery & gas - 10 macam
2. Bakery (toko roti) - 11 macam	2. Cleaner(pembersih) - 26 macam
3. Beverage (minuman) - 38 macam	3. Freshener(penyegar) - 12 macam
4. Frozen food & ice cream (makanan beku dan es krim) - 21 macam	4. Insectisida - 27 macam
5. Snack (camilan) - 50 macam	5. Baby toiletries (peralatan mandi bayi) - 20 macam
6. Makanan kaleng - 30 macam	6. Beauty care(Perawatan kecantikan) - 9 macam
7. Rice (Beras) - 3 macam	7. Cosmetik dan sabun - 25 macam
8. Noodles (mie) - 47 macam	8. Perlengkapan rumah tangga - 3 macam

Sumber data : Dutalia Kota Kupang

Berdasarkan tabel diatas, Kelengkapan produk pada Dutalia kupang terbilang murah, bahkan dutalia kupang juga menyediakan berbagai produk yang berkualitas .Produk-produk pada dutalia beraneka ragam seperti Dari makanan-minuman, snack, perawatan kecantikan, perlengkapan bayi, perlengkapan rumah tangga dan masih banyak lagi. Produk pada Dutalia terbilang murah di banding Swalayan-swalayan lain. Kelengkapan produk dan kualitas produk menjadi salah satu acuan dalam menarik konsumen.

Lokasi Dutalia, letaknya yang sangat strategis karena berada di jalan Timor raya. Letak Dutalia yang berada dipinggir jalan membuat siapa saja yang melewati tempat ini akan penasaran dan mencoba berbelanja. Lokasi dutalia jl.Timur-raya, Km.7, kelapa lima, oesapa barat.,kec.kelapa lima, kota kupang, Nusa Tenggara Timur 85226

Minat beli adalah respon dari pembeli ketika melihat bahwa ditempat yang dituju menyediakan berbagai produk serta berkualitas, untuk itu dutalia menyediakan semuanya Dari kelengkapan produk, berbagai produk berkualitas yang terbilang sangat baik dan murah sehingga menimbulkan keinginan pada konsumen untuk melakukan pembelian.

Penelitian terdahulu di lakukan oleh Ryan Kurniawan dan Yuniar Aisah Krismonita (2020) Dengan judul pengaruh kelengkapan produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Giant Express sukabumi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Giant Express Sukabumi.

Peneliti yg dilakukan oleh Gusti Made Oka Astana dan Ni Putu Wendy Katrina(2021) dengan judul pengaruh kelengkapan produk dan lokasi pelayanan terhadap keputusan pembelian pada tokoh jaya raya cabang pamaron singlaraja . Hasil peneliti menunjukkan bahwa variabel pengaruh kelengkapan produk dan lokasi pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko jaya raya cabang pamaron singlaraja.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas maka penulis hendak mengajukan judul”**pengaruh kelengkapan produk Dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada dutalia kupang.**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas,maka masalah dalam penelitian ini adalah :“ **Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen**”

1.3 Persoalan penelitian

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Dutalia kupang?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Dutalia kupang?

1.4 Tujuan Dan Manfaat penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen pada Dutalia kupang.

2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada Dutalia kupang.

1.4.2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan ilmu manajemen khususnya dalam kajian ekonomi manajemen pemasaran dan juga dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di kampus Universitas Kristen Artha Wacana Kupang(UKAW).

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Untuk menambah ilmu pengetahuan ,wawasan informasi dan pengalaman tentang pengaruh kelengkapan produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Dutalia Kupang.

Selanjutnya, diharapkan dapat menambah atau meneliti variabel lain dan mengkaji lebih dalam terutama yang berkaitan dengan Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen. Karena. Maka, diperlukanlah penelitian secara mendalam, Agar penelitian ini dapat menghasilkan peningkatan lebih baik.

b. Bagi pembaca

Dapat memberikan gambar dan informasi yang berguna sebagai motivasi dan evaluasi dalam memahami bahwa pentingnya kelengkapan produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen .

c. Bagi dutalia kupang

Penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dalam menunjukkan bahwa dimensi keberagaman produk mempengaruhi minat beli konsumen.