BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri ritel pada era globalisasi menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Sektor perdagangan menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di suatu negara. Persaingan usaha semakin ketat di berbagai tingkat, sehingga pelaku usaha ritel dituntut untuk terus beradaptasi agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Perubahan pola belanja yang semakin dinamis juga membuat strategi pemasaran perlu disesuaikan dengan preferensi konsumen yang terus berkembang.

Perkembangan ini juga terlihat di Indonesia, di mana sektor ritel modern terus tumbuh seiring meningkatnya daya beli masyarakat serta pesatnya kemajuan teknologi. Berbagai bentuk ritel seperti *minimarket*, *supermarket*, hingga toko tradisional berkembang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi pelaku usaha ritel, karena ketidakmampuan dalam memahami dan menyesuaikan diri terhadap kebutuhan serta preferensi konsumen yang terus berkembang dapat mengakibatkan menurunnya minat beli konsumen, berkurangnya jumlah pelanggan, bahkan kehilangan daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat. Konsumen tidak lagi menilai toko hanya dari ketersediaan produk, tetapi juga dari kualitas barang, variasi pilihan, pelayanan, dan kenyamanan suasana toko. Perubahan tuntutan ini membuat pengalaman berbelanja menjadi faktor penting dalam menarik minat beli konsumen.

Pergeseran perilaku belanja masyarakat ini menunjukkan bahwa konsumen semakin selektif dalam mengambil keputusan pembelian. Harga bukan lagi satu-satunya pertimbangan. Konsumen kini mengutamakan

kualitas produk yang baik, variasi pilihan yang memadai, serta lingkungan belanja yang nyaman. Hal ini menunjukkan bahwa minat belanja dipengaruhi oleh berbagai aspek yang berkaitan dengan kepuasan dan pengalaman konsumen secara keseluruhan. Dengan demikian, pelaku usaha harus memahami faktor-faktor apa saja yang paling memengaruhi minat pembelian.

Dalam konteks perilaku konsumen, kualitas produk, harga dan suasana toko menjadi faktor kunci yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Ketiga faktor tersebut berperan penting dalam menciptakan persepsi positif dan mendorong munculnya minat beli konsumen (Dwi Putra Hendro ariantoro & Budhi, 2020). Penelitian Allya Ramadhina & Mugiono (2022), menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh besar terhadap minat beli karena konsumen yang puas cenderung loyal. Ketika konsumen menilai produk memiliki bahan yang kuat, model yang menarik, dan awet digunakan, maka kecenderungan mereka untuk membeli meningkat. Sebaliknya, jika kualitas produk menurun, maka minat beli pun cenderung berkurang.

Harga menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian konsumen. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk dan sering kali digunakan sebagai dasar perbandingan antar pilihan yang tersedia. Penelitian Doni Marlius (2023) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini sejalan dengan pendapat Asaloei et al., (2019) yang menyatakan bahwa semakin ekonomis harga yang ditawarkan dan dirasakan sesuai dengan manfaat yang diterima, maka konsumen akan semakin tertarik dan merasa puas.

Selain itu, suasana toko yang mencakup pencahayaan, tata letak, dan kebersihan dapat memengaruhi kenyamanan emosional konsumen. Penelitian Alfredo Paila JAF (2018) dan Indah Saraswati et al. (2023)

menunjukkan bahwa suasana toko yang baik dapat mendorong keputusan pembelian karena menciptakan pengalaman belanja yang positif. Ketika suasana toko nyaman, pencahayaan memadai, serta penataan produk rapi, konsumen akan merasa senang dan lebih lama berada di dalam toko. Hal ini juga dapat memperkuat hubungan *emotional* antara konsumen dan toko, yang pada akhirnya mendorong peningkatan minat beli.

Perkembangan sektor perdagangan juga terlihat di Kabupaten Majalengka yang mengalami pertumbuhan ekonomi cukup signifikan, salah satunya melalui sektor perdagangan lokal. Salah satu toko ritel yang cukup dikenal di daerah ini adalah Palma Shop, yang menyediakan berbagai kebutuhan konsumen seperti pakaian, perlengkapan rumah tangga, hijab, sepatu, dan aksesori. Palma Shop memiliki daya tarik berupa harga terjangkau, kualitas produk yang baik, serta suasana toko yang rapi dan nyaman. Kondisi ini membuat banyak konsumen memilih berbelanja di toko tersebut karena merasa nyaman dengan pelayanan dan penataan tokonya.

Meskipun banyak toko ritel lain di Majalengka yang lebih besar dan memiliki fasilitas modern, Palma Shop menjadi pilihan banyak konsumen. Fenomena ini menunjukkan adanya faktor non-ekonomis yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti persepsi terhadap kualitas produk, harga terjangkau, dan kenyamanan toko. Berdasarkan pra observasi, tingkat kunjungan di Palma Shop cenderung stabil bahkan meningkat pada akhir pekan, yang menunjukkan bahwa konsumen memiliki minat tinggi untuk berbelanja. Fenomena ini diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang memengaruhi minat beli konsumen, khususnya pada toko ritel lokal, seperti kualitas produk, harga terjangkau, serta kenyamanan suasana toko yang mampu memberikan pengalaman berbelanja yang positif.

Selain faktor-faktor tersebut, minat belanja konsumen juga dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek lainnya. Promosi yang menarik dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian melalui diskon, potongan harga, maupun program penawaran khusus. Lokasi toko yang

strategis dan mudah dijangkau juga menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan menyenangkan. Faktor lain seperti kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan, citra merek, dan kepercayaan konsumen juga turut berperan dalam membentuk minat belanja karena berkaitan dengan penilaian dan pengalaman konsumen terhadap suatu toko.

Meskipun terdapat berbagai faktor yang dapat memengaruhi minat belanja konsumen, penelitian ini memfokuskan kajian pada tiga variabel utama, yaitu kualitas produk, harga, dan suasana toko. Pemilihan ketiga variabel tersebut didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, ketiga faktor ini merupakan aspek yang secara langsung dirasakan oleh konsumen saat berbelanja dan dapat dikelola oleh pihak toko. Kedua, berdasarkan hasil praobservasi di Palma Shop Majalengka, kualitas produk, harga, dan suasana toko merupakan faktor yang paling sering menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu, penelitian yang mengkaji pengaruh ketiga variabel tersebut secara bersamaan pada konteks usaha ritel lokal, khususnya di wilayah kabupaten, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat belanja konsumen di Palma Shop Majalengka.

Sejumlah penelitian terdahulu mengenai kualitas produk, harga, dan suasana toko telah dilakukan dalam berbagai konteks. Namun, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada ritel modern di kota besar atau pada jenis usaha dengan karakteristik konsumen yang berbeda. Penelitian Indah Saraswati et al (2023), misalnya, dilakukan di Ruby Supermarket Mataram yang memiliki karakteristik ritel modern perkotaan. Sementara itu, penelitian Doni Marlius (2023) lebih menekankan pada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik di ritel tertentu. Penelitian ini dilakukan pada konteks toko ritel lokal di wilayah kabupaten, yaitu Palma Shop Majalengka, derumngan karakteristik konsumen yang

berbeda. Selain itu, penelitian ini menggabungkan variabel kualitas produk, harga, dan suasana toko secara simultan terhadap minat beli konsumen, yang masih relatif terbatas dikaji pada ritel lokal.

Dari sisi akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai perilaku konsumen pada ritel lokal. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi kualitas produk, kesesuaian harga, serta suasana toko (Kotler & Keller, 2016). Dengan menggabungkan ketiga variabel tersebut, penelitian ini dapat memberikan gambaran empiris yang lebih komprehensif. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pengelola Palma Shop dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat, seperti penetapan harga yang kompetitif, peningkatan kualitas produk, serta perbaikan suasana toko guna meningkatkan minat beli konsumen.

Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan, tidak hanya bagi Palma Shop, tetapi juga bisa menjadi referensi bagi pengusaha ritel lainnya yang menghadapi tantangan serupa. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi langkah strategis yang mendukung kelangsungan bisnis ritel lokal di tengah kompetisi yang semakin ketat. Berdasarkan penjelasan tersebut, judul penelitian ini **"Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli pada Konsumen Palma Shop Majalengka"**. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam studi perilaku konsumen di sektor ritel lokal, serta memberikan manfaat praktis bagi para pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing melalui strategi berbasis pengalaman pelanggan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut.

1. Persaingan antar toko ritel di Kabupaten Majalengka semakin meningkat, di mana banyak toko baru menawarkan konsep dan strategi

promosi yang lebih modern, sehingga dapat memengaruhi minat belanja konsumen terhadap Palma Shop.

2. Belum diketahui apakah tingginya jumlah pengunjung Palma Shop dipengaruhi oleh kualitas produk, harga atau suasana toko.
3. Penelitian mengenai kualitas produk, harga dan suasana toko secara simultan pada ritel lokal seperti Palma Shop Majalengka masih jarang dilakukan.
4. Diperlukan penelitian yang dapat menjelaskan sejauh mana ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Palma Shop.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi lebih fokus dan terarah, maka penulis membatasi penelitian ini menjadi sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya meneliti tiga variabel independent, yaitu kualitas produk, harga dan suasana toko.
2. Penelitian ini hanya meneliti satu variabel dependen, yaitu minat belanja konsumen.
3. Objek penelitian dibatasi pada Palma Shop Majalengka sebagai lokasi ritel yang diteliti.
4. Responden penelitian dibatasi pada konsumen yang pernah berbelanja di Palma Shop.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan Batasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas berpengaruh terhadap minat belanja pada konsumen Palma Shop Majalengka?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat belanja pada konsumen Palma Shop Majalengka?
3. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap minat belanja pada konsumen Palma Shop Majalengka?

4. Apakah kualitas produk, harga dan suasana toko secara simultan berpengaruh terhadap minat belanja pada konsumen Palma Shop Majalengka?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat belanja pada konsumen Palma Shop Majalengka.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat belanja pada konsumen Palma Shop Majalengka.
3. Untuk menganalisis pengaruh suasana toko terhadap minat belanja pada konsumen Palma Shop Majalengka.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan suasana toko secara simultan terhadap minat belanja pada konsumen Palma Shop Majalengka

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Secara umum, manfaat yang diharapkan penelitian ini meliputi hal-hal berikut.

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam perilaku konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menambah literatur empiris terkait pengaruh kualitas produk, harga, dan suasana toko terhadap minat beli pada konteks ritel lokal yang selama ini masih jarang dikaji secara mendalam. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengangkat tema serupa di wilayah lain atau pada sektor ritel yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat terhadap :

   a. Bagi Pengelola Palma Shop

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi peningkatan jumlah penjualan melalui peningkatan kualitas produk, variasi yang lebih banyak serta pengembangan suasana toko yang lebih menarik lagi dan nyaman bagi para konsumen.

b. Bagi Pemerintah Daerah atau Dinas Perdagangan

Hasil penelitian dapat memberikan masukan dalam merumuskan kebijakan pembinaan dan pengembangan usaha ritel lokal agar lebih kompetitif dan berdaya saing di era digital.

c. Bagi Pelaku Usaha Ritel Lain di Majalengka

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam memahami perilaku konsumen lokal serta dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan minat belanja dan loyalitas pelanggan.

d. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi empiris dalam bidang perilaku konsumen dan pemasaran ritel, serta menjadi dasar untuk penelitian lanjutan yang lebih luas pada sektor perdagangan dan UMKM.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, permasalahan yang ingin diteliti, tujuan penelitian, manfaat yang diperoleh, serta cakupan penelitian. Peneliti menjelaskan alasan mengapa topik ini dipilih, yaitu mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan suasana toko terhadap minat belanja konsumen di Palma Shop Majalengka.

BAB II TINJAUAN TEORITIS

Bab ini berisi teori-teori yang mendukung penelitian, hasil penelitian sebelumnya, serta kerangka pemikiran dan hipotesis yang digunakan. Teori-teori tersebut diambil dari para ahli dan penelitian yang relevan, yang menjadi dasar untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, seperti pendekatan yang digunakan, jenis penelitian, sumber data, cara mengumpulkan data, cara menganalisis data, serta variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil pengolahan dan analisis data yang didapatkan dari responden. Pada bagian ini juga dijelaskan pembahasan mengenai hasil penelitian, serta hubungannya dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan hasil penelitian serta saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait. Saran tersebut berupa pertimbangan praktis bagi Palma Shop Majalengka dan juga sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

UINSSC