

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era modern memang memberikan peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Peluang ini terutama terjadi karena adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat dan konektivitas global yang semakin meningkat. Namun, di sisi lain, keadaan ini juga menimbulkan persaingan yang semakin ketat baik antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Permintaan terhadap produk dan jasa meningkat di era modern ini, sehingga banyak perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja tambahan untuk mengelola penjualan dan pemasaran produk mereka saat ini semakin banyak produk yang berbentuk toko dan minimarket dibuka diberbagai tempat, baik di kota besar maupun di kota kecil. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya permintaan masyarakat akan kemudahan dalam membeli barang dan kebutuhan sehari-hari, serta semakin berkembangnya sektor ritel di Indonesia. Persaingan yang semakin ketat antara produsen yang menawarkan produk dan jasa dapat memberikan keuntungan bagi konsumen karena mereka memiliki pilihan yang semakin banyak dalam menentukan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak.¹

Keputusan pembelian merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis karena keputusan ini memengaruhi strategi pemasaran yang

¹Basu Dharmesta Swasta, dkk, *Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen*, Edisi III (Yogyakarta: BPFE, 2017), 15.

akan dilakukan oleh perusahaan, perusahaan perlu memahami proses keputusan pembelian konsumen agar dapat menciptakan strategi pemasaran yang tepat. Menurut Tjiptono keputusan pembelian adalah suatu proses yang kompleks yang melibatkan beberapa tahapan. Konsumen pertama kali mengenali adanya kebutuhan atau masalah yang harus dipecahkan. Konsumen kemungkinan akan mencari informasi lebih lanjut tentang produk atau merek tersebut yang dapat membantu memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalah tersebut.² Untuk mencapai keberhasilan dalam memasarkan produk atau layanan, pemasar perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berbagai faktor mempengaruhi keputusan pembelian, menurut Kotler dan Keller diantaranya adalah faktor budaya (budaya, sub-budaya dan kelas sosial), faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial), faktor pribadi (siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), faktor psikologis (motivasi, pembelajaran, keyakinan dan sikap).³ Sedangkan menurut Dedy Ansari Harahap faktor keputusan pembelian meliputi lokasi, kelengkapan produk dan harga.⁴ Pada penelitian ini hanya diteliti satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kelompok acuan (referensi).

Alasan peneliti memilih variabel kelompok acuan atau referensi bukan hanya karena kelompok referensi berperan dalam proses promosi dan

²Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran Jasa, Edisi Terbaru (Yogyakarta: Andi, 2019), 25.

³Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, jilid 1, edisi 12, Penerjemah Benyamin Molan, (Indeks: Jakarta, 2018), 214

⁴Dedy Ansari H, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (pajak) Medan", *Jurnal Keuangandan Bisnis*, 3 (November, 2015), 228.

penyebaran informasi tentang suatu barang, tetapi juga karena kelompok referensi dapat mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, penting bagi peneliti dan pemasar untuk memahami pengaruh kelompok referensi dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan bagaimana cara memanfaatkannya dalam strategi pemasaran mereka. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan perilaku konsumen terhadap merek atau produk, pemasar dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan keberhasilan penjualan mereka.

Berdasarkan Peneliti telah melakukan observasi awal di Surya Gondang Swalayan, yang beralamatkan Jl.Ngadiluwih Wates No.160. Kroncong, Purworejo, Kec.Kandat, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan Grosir dan Swalayan (retail modern) dengan sistem Company profil. Produk perusahaan tersebut adalah Bahan Makanan, Supermarket dan *Fashion*.⁵ Peneliti melakukan observasi dengan menyebarkan kuesioner secara acak. kepada 50 pelanggan yang telah membeli produk di Surya Gondang Swalayan Jl.Ngadiluwih Wates No.160. Kroncong, Purworejo, Kec.Kandat, Kabupaten Kediri. sampel dalam penelitian adalah orang yang melakukan pembelian ulang pada Surya Swalayan dengan hasil observasi adalah banyak pelanggan melakukan pembelian ulang karena faktor kelompok referensi.⁶

⁵Observasi konsumen Surya Gondang Swalayan Jl.Ngadiluwih Wates No.160. Kroncong, Purworejo, Kec.Kandat, Kabupaten Kediri pada 12 Januari 2023.

⁶Observasi konsumen Surya Gondang Swalayan Jl.Ngadiluwih Wates No.160. Kroncong, Purworejo, Kec.Kandat, Kabupaten Kediri pada 12 Januari 2023.

Selain itu, peneliti juga melakukan observasi di beberapa swalayan guna membandingkan data yang di peroleh untuk menunjang jalannya penelitian. Berikut adalah hasil observasi di beberapa swalayan:

Tabel 1.1 Perbedaan produk Di Beberapa Swalayan

Keterangan	Surya Gondang Swalayan	Swalyan Gunung Makmur	Swalayan Maunatul Azizah
Produk	Minyak goreng Beras Deterjen Gula Susu Minuman kemasan Roti Snack Alat tulis Telur Bumbu dapur Produk kecantikan Produk bayi Mie instan Fashion dewasa Fashion anak-anak	Minyak goreng Beras Deterjen Gula Minuman kemasan Roti Snack Alat tulis Telur Produk kecantikan Bumbu dapur Produk bayi	Minyak goreng Beras Deterjen Gula Susu Minuman kemasan Roti Snack Telur Bumbu dapur
Harga	Rp 11.400- Rp 69.000	Rp11.700-Rp71.000	Rp 12.500- Rp 73.000
Lokasi	Jln. Ngadiluwih Wates No.160.Kroncong, Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri	Jln. Raya Kediri Blitar, Dusun Karang tengah, Desa Tegalan, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.	Dusun Ngletih Barat, Desa Ngletih, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri
Promosi	Spanduk, <i>Banner</i> , kontak <i>whatsapp</i> , Sosial media <i>Facebook</i>	Spanduk, Banner, kontak whatsapp, Sosial media Facebook	Banner, kontak whatsapp, Sosial media Facebook

Sumber: Hasil Observasi (15 Juli 2023)

Menurut data di atas diketahui bahwa harga barang di Surya Gondang Swalayan memang lebih terjangkau dibandingkan dengan swalayan lain sehingga memicu seseorang untuk memberitahu bahwa harga barang-barang di Surya Swalayan lebih terjangkau dan merekomendasikan kepada orang lain.

Berdasarkan fakta yang telah diuraikan, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang variabel kelompok referensi sebagai topik utama serta peneliti ingin mengetahui apakah dari variabel tersebut terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Surya Gondang Swalayan. Selain itu alasan peneliti memilih Surya Gondang Swalayan sebagai objek penelitian karena di daerah Purworejo Kandat hanya ada satu swalayan saja. Sehingga swalayan tersebut dapat menarik konsumen sekitar dengan mudah. Selain itu produk-produk yang ditawarkan juga cukup lengkap sehingga menjadi perhitungan bagi konsumen untuk berbelanja di swalayan. sehingga Surya Gondang Swalayan memiliki potensi pembelian yang tinggi karena tidak ada swalayan lain sebagai pesaing. Berdasarkan variabel tersebut peneliti memilih judul **“Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian di Surya Gondang Swalayan Purworejo, Kandat, Kediri ”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kelompok referensi di Surya Gondang Swalayan?
2. Bagaimana keputusan pembelian di Surya Gondang Swalayan?
3. Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian di Surya Gondang Swalayan?

C. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan kelompok referensi di di Surya Gondang Swalayan.
2. Menjelaskan keputusan pembelian di Surya Gondang Swalayan.
3. Menjelaskan pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian di Surya Gondang Swalayan.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu pernyataan sementara yang dirumuskan untuk menjawab permasalahan atau pertanyaan penelitian. Hipotesis didasarkan pada pemikiran atau teori yang terkait dengan topik penelitian yang bersifat sementara, sehingga masih harus diuji kebenarannya melalui pengumpulan data dan analisis empiris. Dari uraian yang dijelaskan di atas, penulis membuat hipotesis penelitian yaitu:

- . Ha: Terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian di Surya Gondang Swalayan.
- Ho: Tidak trdapat pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian di Surya Gondang Swalayan.

E. Manfaat Penelitian

Peneliti dalam melaksanakan penelitian ini mengharap adanya manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Untuk memperoleh deskripsi dan gambaran yang jelas tentang pengaruh kelompok referensi terhadap kepuasan pembelian di Surya Gondang Swalayan, dapat dilakukan dengan melakukan penelitian.

Penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode survei terhadap konsumen yang telah melakukan pembelian di Surya Gondang Swalayan.

2. Secara Praktis

a. Bagi lembaga IAIN Kediri

Penelitian tentang pengaruh kelompok referensi terhadap kepuasan pembelian di Surya Gondang Swalayan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi keilmuan pada kepusatakaan IAIN Kediri. Dengan melakukan penelitian ini, akan didapatkan hasil yang dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pembelian di toko swalayan.

b. Bagi Manajemen Perusahaan

Penelitian tentang pengaruh kelompok referensi, terhadap keputusan pembelian di Surya Gondang Swalayan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pihak manajemen perusahaan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, pihak manajemen dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.

c. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan peneliti mengenai pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan

pembelian serta menjadi acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

d. Bagi pembaca

Penelitian pengaruh kelompok referensi terhadap kepuasan pembelian di Surya Gondang Swalayan dapat menjadi sumber informasi dan rujukan bagi pembaca yang tertarik untuk melakukan penelitian yang serupa atau terkait. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pandangan dan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko swalayan.

F. Telaah Pustaka

1. Penelitian dari Latifatul Fahimah yang berjudul “Pengaruh Kelompok Referensi, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Simpanan Wadi’ah Yad-Damanah Di Kspps Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik”. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya. Hasil penelitian secara simultan (Uji F) $14,246 > 2,7581$ dan $\text{Sig } 0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa kelompok referensi, pelayanan dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan memilih simpanan wadi’ah yaddamanah di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik.⁷

⁷ Latifatul fahimah, Pengaruh Kelompok Referensi, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Simpanan Wadi’ah Yad-Damanah Di Kspps Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik”. Skripsi.

2. Penelitian dari Mursalim yang berjudul "Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Indomaret Diponegoro Takalar". Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar. Hasil penelitian menunjukkan. hasil analisis untuk variabel harga menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai thitung $3.151 > t_{tabel} 1.661$ dan nilai sig. $0.002 < 0.05$. Sedangkan untuk variabel kelengkapan produk menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai thitung $5.632 > t_{tabel} 1.661$ dan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Sehingga harga dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Indomaret Diponegoro Takalar.⁸
3. Penelitian dari Eva Nariskawati yang berjudul "Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Pusat Oleh-oleh Khas Blitar Nasionalism Kota Blitar", Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada Toko Pusat Oleh-oleh Khas Blitar Nasionalism adalah sangat kuat, hasil ini berdasarkan analisis korelasi pearson product moment dengan nilai sebesar 0,838 yang terletak diantara interval koefisien 0,80 – 1,000. Berdasarkan analisis uji t menunjukkan bahwa nilai thitung $> t_{tabel}$ yaitu $14,883 > 1,98552$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kelompok

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya 2018.

⁸ Mursalim, "Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Indomaret Diponegoro Takalar". Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar 2022.

referensi (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada Toko Pusat Oleh-oleh Khas Blitar Nasionalism.⁹

4. Penelitian dari Tutut Hidayah yang berjudul “Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Putra Rukun Jaya Kota Kediri”. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Kediri. Hasil penelitian menjelaskan adanya pengaruh kelompok referensi sebesar 66,1% terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok referensi cukup berpengaruh pada keputusan pembelian di Toko Putra Rukun Jaya Kota Kediri sisanya 33,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.¹⁰
5. Penelitian dari Novela Nuraini Ningrum yang berjudul “Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Di Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri”. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk perawatan secara parsial. Sedangkan hasil pengujian secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan variabel kelompok referensi,

⁹Eva Nariskawati yang berjudul “Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Pusat Oleh-oleh Khas Blitar Nasionalism Kota Blitar”, Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. 2020.

¹⁰ Tutut Hidayah Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Putra Rukun Jaya Kota Kediri”. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. 2020.

gaya hidup, dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk perawatan.¹¹

¹¹ Novela Nuraini Ningrum yang berjudul “Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Di Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri”. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung 2019.