

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai jumlah penduduk yang besar. Peningkatan jumlah penduduk yang terjadi setiap tahun akan mengakibatkan meningkatnya kebutuhan barang-barang konsumsi, dengan demikian hal ini jelas merupakan peluang bagi produsen untuk menawarkan produk-produknya.

Supermarket merupakan salah satu bentuk retail yang menyediakan berbagai kebutuhan untuk memenuhi tuntutan konsumen. Munculnya supermarket ini bertujuan untuk memenuhi harapan masyarakat akan produk yang di butuhkan dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja. Sekarang konsumen dihadapkan pada berbagai kemauan yang bervariasi. Hal ini menunjukkan adanya peralihan kekuatan yang cukup besar dari pihak supermarket ke pihak konsumen sehingga supermarket dituntut untuk lebih memperhatikan segmen-segmennya dipasar.

Keberadaan bisnis eceran yang semakin modern seperti supermarket atau pasar swalayan maupun departemen store. Pasar swalayan merupakan salah satu bentuk dari bisnis eceran modern yang menjual berbagai macam barang. Sedangkan departemen store ialah suatu jenis toko yang cukup besar dan relatif lengkap dimana beberapa lini produk dibedakan dalam beberapa departemen.

Semakin banyaknya pengusaha eceran membuat dunia retail semakin ketat persaingannya, mereka saling berkompetisi untuk memberikan produk yang terbaik untuk memenuhi keinginan konsumennya. Perusahaan retail harus mampu mempertahankan konsumennya untuk menjadi pelanggan tetap, maka dari itu perusahaan retail harus meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen tersebut setia untuk berbelanja diperusahaan tersebut.

Bukan hanya itu saja, supermarket juga harus memperhatikan minat beli setiap konsumen yang mungkin bisa dilihat dari tingkat harga, lokasi, penataan barang, kualitas produk, design gedung dan masalah-masalah lain yang dapat menumbuhkan minat beli setiap konsumennya.

Dalam hal ini Griya Supermarket juga melaksanakan program Retail Mix namun dalam pelaksanaannya masih belum mampu memberikan dan memenuhi harapan dari konsumen. Dengan demikian untuk dapat bertahan dari situasi persaingan yang semakin kompetitif, maka perusahaan eceran tersebut disinyalir untuk berusaha lebih unggul atau paling tidak dapat mengimbangi perusahaan eceran pesaing. Oleh karena itu peranan retail mix merupakan hal penting dan merupakan topik yang menarik untuk diteliti. Dengan demikian penulisan skripsi ini diberi judul “Peranan Retailing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Griya Supermarket Di Bandung”.

## **1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah**

Sekarang ini banyak sekali dijumpai supermarket-supermarket yang ada di kota bandung, dimana mereka menawarkan berbagai keunggulan yang dimiliki

oleh masing-masing supermarket. Banyaknya supermarket sekarang ini memberikan alternatif kepada konsumen dalam memilih supermarket mana yang akan dipilihnya yang sesuai dengan keinginan dan selera. Pengalaman konsumen dalam berbelanja di suatu supermarket sangat menentukan konsumen dalam memutuskan apakah ia akan kembali berbelanja di supermarket tersebut atau tidak. Apabila pengalamannya dapat menumbuhkan minat beli konsumen dalam berbelanja maka konsumen tersebut akan tertarik untuk kembali berbelanja ke supermarket tersebut, apabila pengalaman yang didapat tidak menumbuhkan minat beli maka konsumen tersebut akan berpindah belanja ke supermarket lain.

Dalam penelitian tentang supermarket Griya ini, penulis akan membahas peranan retailing mix terhadap minat beli konsumen. Peranan yang ingin dilihat dalam penelitian ini adalah tingkat daya beli konsumen terhadap supermarket Griya

perumusan-perumusan masalah yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kinerja Retailing Mix yang dijalankan oleh perusahaan tersebut.
2. Sejauh mana Retailing Mix berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

### **1.3 Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kinerja retailing mix yang diterapkan oleh Griya Supermarket Bandung.

2. Untuk mengetahui Pengaruh Retailing Mix terhadap minat beli konsumen pada Griya Supermarket Bandung.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dari penelitian yang dilakukan, hasilnya diharapkan bisa bermanfaat bagi :

1. Perusahaan

Sebagai masukan untuk membantu pemecahan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan sehubungan dengan pelaksanaan program-program yang berkaitan dengan Retail Mix pada tahap berikutnya.

2. Akademis

- menambah wawasan dan pengetahuan dalam spesifikasi pelaksanaan program Retail mix .
- untuk memberi manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam melaksanakan program Retail Mix guna menunjang efektifitas kompetitif serta dapat juga digunakan sebagai bahan referensi.