**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Industri bisnis dalam bidang supermarket bahan bangunan pada saat ini memiliki prospek yang cukup baik bagi jangka pendek maupun jangka panjang seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan bahan bangunan. Supermarket bahan bangunan menjadi pilihan baru dalam berbelanja kebutuhan bahan bangunan di Indonesia. Kini supermarket bahan bangunan sudah menjadi pilihan utama bagi konsumen yang memiliki keinginan untuk berbelanja bahan bangunan di tempat yang nyaman dan bersih serta tertata dengan apik seperti yang mereka biasa rasakan di supermarket.

Di kota cianjur misalnya, terdapat beberapa toko atau supermarket bahan bangunan dengan keunggulan dan kelemahannya masing-masing, diantaranya *Indosuper grosir*, *toko sumber baja*, *toko karya jaya*, *jayakarta toko*, *bata merah jeje*, dan PT Cahaya Perkasa Sentana atau yang lebih dikenal dengan kawan baru.. Melihat perusahaan bahan bangunan semakin banyak, tingkat persaingan dengan toko atau supermarket bahan bangunan yang lain pun semakin meningkat. Ini menjadi ancaman bagi supermarket bahan bangunan kawan baru agar lebih bisa mempunyai strategi yang baik dalam memenangkan persaingan.

Pembelian ulang adalah penyebab terjadinya perilaku sehingga dapat menjadikan masukan bagi pemilik maupun pemasar untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat agar meningkatkan niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada produk yang ditawarkan sehingga pada akhirnya akan meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan perusahaan. Pembelian ulang merupakan faktor utama bagi perusahaan agar dapat meraih laba yang maksimum. Adanya pembelian ulang yang dilakukan konsumen terhadap perusahaan menjadi faktor yang utama baik dalam mempertahankan konsumen yang sudah ada, maupun mengundang konsumen baru agar membeli produk pada perusahaan tersebut. Perusahaan harus bisa mempertahankan konsumen sehingga konsumen melakukan pembelian ulang pada produk yang ditawarkan atau dijual oleh mereka. Adanya pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk yang dijual oleh perusahaan, sudah pasti membawa perkembangan bagi perusahaan itu sendiri. Adanya peningkatan pada volume penjualan akan berpengaruh pula pada laba yang didapat perusahaan.

Ada beberapa factor yang dapat mempengaruhi konsumen melakukan pembelian ulang, diantaranya kelengkapan produk. Kelengkapan produk yang ditawarkan oleh perusahaan merupakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain di bidang yang sama. Kelengkapan produk yang ditawarkan perusahaan dapat digunakan untuk bersaing baik dalam mempertahankan konsumen agar melakukan pembelian ulang, mengundang konsumen baru, serta mengundang konsumen merasa puas.

Kelengkapan produk pada perusahaan dapat mempengaruhi konsumen untuk terus melakukan pembelian ulang, karena pada dasarnya konsumen lebih memilih perusahaan dengan tingkat produk yang lengkap sehingga lebih memudahkan konsumen mencari barang yang di butuhkan tanpa harus membeli barang ke perusahaan pesaing. Kelengkapan produk bagi sebuah perusahaan merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Semakin lengkapnya produk maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

PT. Perkasa Cahaya Sentana (Kawan Baru) dengan nomor SIUP 503/5164/PK/B/BPPTPM/2013 merupakan perusahaan yang bergerak di bidang supermarket bahan bangunan yang bertempat di Jl. Raya Bandung KM 3 (Samping Asrama Haji) Cianjur. Supermarket Kawan Baru merupakan satu dari beberapa anak perusahaan “Cahaya Timur Grup” yang sudah terlebih dahulu malang melintang dalam bisnis serupa, diantaranya Cahaya Timur Alumunium, Cahaya Timur Furniture Center, Konsultan dan Developer Property. Kawan Baru didirikan di Cianjur dan soft launching pada 3 Mei 2014 dengan visi memiliki store di setiap kabupaten/kota seluruh Indonesia, seiring dengan laju pertumbuhan rumah dan bangunan yang meningkat dan kebutuhan suply material akan semakin tinggi

Berdasarkan hasil penjajakan yang dilakukan, ditemukan permasalahan mengenai pembelian ulang, diduga pada pengalaman konsumen terhadap kelengkapan produk pada Supermarket Kawan Baru. Konsumen merasa kelengkapan produk pada perusahaan tersebut masih kurang dan apa yang menjadi kebutuhan konsumen tidak terdapat disana, jadi memungkinkan konsumen tidak melakukan pembelian ulang. Dilihat dari data jumlah pelanggan pada table berikut :

**Tabel 1.1 Data Pelanggan Supermarket Kawan Baru Tahun 2016**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Bulan** | **Jumlah Pelanggan** | **Persentase** | |
| 1. | Juni | 7830 | 3,8 % | 12,3 % |
| 2. | Juli | 7527 |
| 3. | Agustus | 6600 | 6,3% |
| 4. | September | 6182 | 2,9 % |
| 5. | Oktober | 6000 |

*Sumber : PT. Perkasa Cahaya Sentana 2016*

Berdasarkan tabel diatas, adanya penurunan pada jumlah pelanggan yang membeli produk pada Supermarket Kawan Baru selama lima bulan terakhir. Timbulnya minat untuk melakukan pembelian ulang sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajar individu dan pengalaman belajar konsumen yang akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Permasalahan diatas diduga disebabkan oleh kelengkapan produk pada Supermarket Kawan Baru terutama pada variasi produk yang dijual. Variasi produk yang tersedia pada perusahaan belum sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen, sehingga konsumen mencukupkan pembeliannya sampai disitu saja.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Pembelian Ulang Konsumen Pada Supermarket Kawan Baru Cianjur.”**

**1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

**1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan hasil observasi awal dapat diidentifikasi masalahnya yaitu pada pembelian ulang, terutama faktor psikologis konsumen. Permasalahan tersebut di atas diduga disebabkan oleh kelengkapan produk pada Supermarket Kawan Baru terutama pada variasi produk yang dijual. Variasi produk yang tersedia pada perusahaan belum sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen, sehingga konsumen mencukupkan pembeliannya sampai disitu saja.

kelengkapan produk pada perusahaan yang masih kurang.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam “Apakah kelengkapan produk berpengaruh pada pembelian ulang konsumen pada Supermarket Kawan Baru Cianjur?”

* + 1. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifkasi masalah tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahannya sebagai berikut :

* + - 1. Bagaimana kelengkapan produk pada Supermarket Kawan Baru?
      2. Bagaimana pembelian ulang pada Supermarket Kawan Baru?
      3. Seberapa Besar Pengaruh kelengkapan produk secara simultan (bersama-sama) terhadap pembelian ulang konsumen pada Supermarket Kawan Baru?
      4. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk secara parsial (sendiri-sendiri) melalui dimensi keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk dan macam merek terhadap pembelian ulang
  1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

* + - 1. Untuk mengetahui Kelengkapan produk pada Supermarket Kawan Baru
      2. Untuk mengetahui pembelian ulang konsumen pada Supermarket Kawan Baru
      3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kelengkapan produk terhadap pembelian ulang kosumen pada Supermarket Kawan Baru
      4. Mengetahui besarnya pengaruh kelengkapan produk melalui dimensi keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk dan macam merek yang tersedia secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap pembelian ulang
  1. **Kegunaan Penelitian**
     1. **Kegunaan Teoritis**

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi masukan bagi ilmu pengetahuan serta adanya gambaran untuk mengembangkan ilmu perilaku konsumen berdasarkan teori-teori yang ada, yang dalam hal ini berkenaan dengan kelengkapan produk dan pembelian ulang konsumen. Penelitian ini juga dilakukan sebagai salah satu penerapan ilmu yang diperoleh pada program studi Administrasi Bisnis.

* + 1. **Kegunaan Praktik**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan diantaranya adalah :

* + - 1. **Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menambah pegetahuan, wawasan dan pengalaman dalam meneliti permasalahan yang sama yang terjadi dilapangan tentang perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan kelengkapan produk dan pembelian ulang konsumen.

* + - 1. **Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan masukan positif yang dapat membantu perusahaan dalam menghadapi masalah yang berkaitan dengan penelitian ini dan untuk memperbaiki kekurangan untuk menjadikan perusahaan lebih baik lagi dalam melakukan pengembangan lebih lanjut kedepannya.

* + - 1. **Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian dalam konsentrasi imu administrasi bisnis terutama di bidang perilaku konsumen dan diharapkan dapat memberikan sumber informasi yang berkaitan dengan kelengkapan produk dan pembelian ulang konsumen atau permasalahan yang sama.

* 1. **Lokasi dan Lamanya Penelitian**
     1. **Lokasi Penelitian**

Penelitian dilaksanakan Supermarket Kawan Baru Jl. Raya Bandung KM 3 (Samping Asrama Haji) Cianjur.

* + 1. **Lamanya Penelitian**

Adapun jadwal penelitian yang dilakukan peneliti selama kurang lebih delapan bulan, terhitung dari bulan Oktober 2016 sampai dengan Juni 2017. Dimana selama kurun waktu tersebut, peneliti melakukan beberapa tahapan penelitian mulai dari persiapan penelitian sampai dengan pengujian. Namun sampai saat ini masih dalam ­tahap penjajakan dan pengumpulan data.