

I. PENDAHULUAN

Minat Beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Menumbuhkan minat beli dalam diri konsumen sangat diperlukan demi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan guna mencapai tujuan yang ingin dicapainya. Dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap perusahaan dibutuhkan berbagai strategi dan pengelolaan pemasaran yang baik. Berbagai faktor dapat memberikan pengaruhnya terhadap meningkatnya minat beli seorang konsumen termasuk didalamnya harga yang sesuai, lokasi yang mudah dijangkau, lingkungan yang mendukung dan promosi yang dapat menarik minat pembeli.

PT. Maju Bersama adalah perusahaan retail yang telah berdiri sejak tahun 1989 dan telah berkembang dan mempunyai beberapa outlet di kota Medan yaitu : Maju Bersama Mangkubumi, Maju Bersama Glugur, Maju Bersama Medan Mall dan lainnya. Filosofi perusahaan terletak pada kepercayaan dan tanggung jawab kerja dalam mengoperasikan perusahaan dimana nilai kerja dan kepuasan pelanggan merupakan satu korelasi yang terintegrasi dengan baik. Untuk itu perusahaan berkomitmen untuk meningkatkan nilai optimal dalam semua aspek bisnis kami, baik dalam produk dan layanan. Namun pada salah satu outletnya yaitu Maju Bersama Medan Mall masih terlihat belum dapat mewujudkan filosofi tersebut dengan baik sehingga dalam meningkatkan minat beli konsumen masih harus diperlukannya beberapa perbaikan.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang merupakan penyumbang pemasukan atau pendapatan tertinggi bagi perusahaan yang fleksibel dimana dapat diubah sesuai dengan kebutuhan. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi dapat menurunkan minat beli dari konsumen. Dalam hal ini, diketahui bahwa harga yang ditetapkan lebih tinggi jika dibandingkan dengan penjual lainnya yang berada diluar Medan Mall sehingga konsumen dengan daya beli yang rendah akan mengevaluasi kembali sebelum melakukan pembelian. Adapun beberapa konsumen kurang bersedia melakukan pembelian pada produk karena harga tersebut. Produk yang ditawarkan memang memberikan manfaat yang penting bagi konsumen namun dapat diperoleh diberbagai tempat dengan harga yang lebih terjangkau.

Selain harga, lokasi juga menentukan keberhasilan suatu perusahaan terlebih lagi bagi sebuah swalayan. Dalam menentukan suatu lokasi sudah seharusnya terlebih dahulu melakukan riset pasar. Dalam hal ini Maju Bersama telah menentukan salah satu lokasi outlet yang tepat yaitu berada di dalam Medan Mall. Namun Mall yang ditentukan tersebut bukan termasuk Mall yang banyak dikunjungi oleh konsumen dan dapat dikatakan sepi. Terlebih lagi dalam benak konsumen tercipta sebuah citra bahwa Medan Mall merupakan tempat untuk

melakukan pembelian baju grosiran saja. Adapun akses jalan untuk menuju kedalam dikatakan cukup sulit seperti sudah mendapatkan area parkir dan jalan area parkir sempit.

Untuk sebuah swalayan, suasana toko merupakan hal yang penting dalam menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Suasana toko adalah salah satu strategi dalam menarik perhatian konsumen yang berupa kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, aroma yang menciptakan citra dalam benak konsumen. Dalam hal ini diketahui bahwa suasana toko dalam Maju Bersama Medan Mall masih kurang dapat menciptakan citra yang baik dalam benak konsumen seperti bagian luar yang masih terlihat kusam. Adapun bagian dalamnya seperti memiliki aroma yang tidak disukai konsumen dan tata letak yang sedikit membingungkan konsumen yang ingin melakukan pembelian pada produk. Pemajangan barang maupun produk dirasakan kurang dapat menarik minat beli konsumen.

Dalam menarik minat beli konsumen, promosi penjualan juga memberikan pengaruh dalam melakukan penarikan minat. Promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran yang memberikan nilai tambah dalam menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk yang dipasarkan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan. Diketahui bahwa promosi penjualan yang diberikan Maju Bersama dirasakan kurang menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian seperti potongan harga yang masih sedikit dan pengundian hadiah yang hanya berupa satu unit Yamaha Mio selama satu tahun pengundian. Hal tersebut membuat konsumen merasa bahwa hadiah undian yang diberikan tidak sebanding dengan jumlah pembelian mereka selama setahun.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada swalayan Maju Bersama Medan Mall, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana Toko dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Maju Bersama Medan Mall.”**

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Harga

Tjiptono dan Diana (2016:218), “Penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran dimana harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.”

Indikator Harga

Tjiptono dan Diana (2016:226), secara garis besar, penetapan harga didasarkan pada berbagai pertimbangan indikator diantaranya sebagai berikut :

1. Daya beli konsumen
2. Kesiediaan konsumen untuk membeli
3. Posisi produk dalam gaya hidup pelanggan
4. Manfaat produk bagi konsumen

Pengertian Lokasi

Kurniawan (2018:36), “Lokasi adalah tempat dimana kita menentukan letak usaha kita dimana pemilihan tempat menjadi faktor terpenting dalam menjalankan bisnis.”

Indikator Lokasi

Kurniawan (2018:37), ada beberapa syarat yang harus diperhatikan dalam pemilihan Lokasi yang strategis untuk membuka usaha yaitu :

1. Melakukan Riset Pasar
2. Area Perdagangan
3. Akses Jalan
4. Kepadatan Penduduk
5. Penghasilan
6. Persaingan
7. Rencana Ekspansi ke Masa Depan
8. Kebersihan

Pengertian Suasana Toko

Sopiah dan Sangadji (2016:325), “*Store atmosphere* merupakan faktor yang dimiliki toko untuk menarik konsumen dimana setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan dan menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya dan penampilan yang membentuk suasana sesuai pasar sasarannya dan menarik konsumen untuk membeli.”

Indikator Suasana Toko

Sopiah dan Sangadji (2016:327), Suasana toko secara umum terdiri dari 4 indikator yaitu sebagai berikut :

1. *Eksterior*
2. *General Interior*
3. *Store Layout*
4. *Interior Display*

Pengertian Promosi Penjualan

Morissan (2015:25), “Promosi penjualan adalah kegiatan pemasaran yang memberikan nilai tambah atau insentif kepada tenaga penjualan, distributor atau konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan.”

Indikator Promosi Penjualan

Morissan (2015:25), promosi penjualan berorientasi kepada konsumen secara umum memiliki indikator yaitu sebagai berikut :

1. Pemberian Kupon
2. Pemberian Sampel Produk
3. Potongan Harga
4. Undian Berhadiah
5. Kontes Pembelian

Pengertian Minat Beli

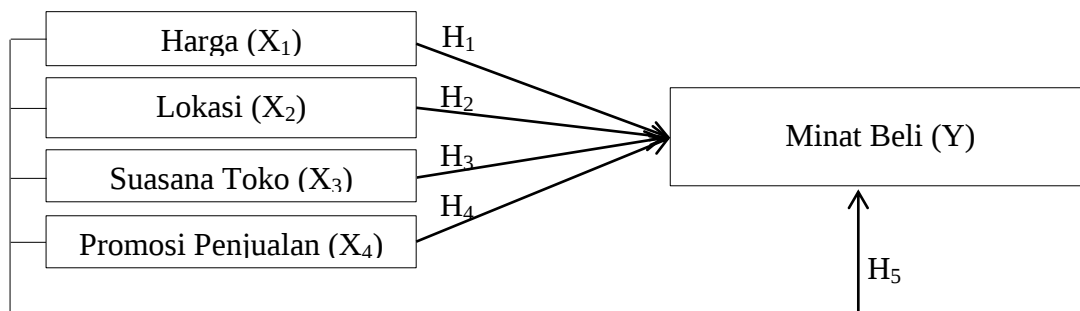
Widiastuti (2017:13), “Minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.”

Indikator Minat Beli

Widiastuti (2017:15), minat beli konsumen dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator yang menentukan sebagai berikut :

1. Minat transaksional
2. Minat referensial
3. Minat preferensial
4. Minat eksploratif

Kerangka Konseptual



- H₁ : Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Maju Bersama Medan Mall.
- H₂ : Lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen Maju Bersama Medan Mall.
- H₃ : Suasana toko berpengaruh terhadap minat beli konsumen Maju Bersama Medan Mall.
- H₄ : Promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen Maju Bersama Medan Mall.
- H₅ : Harga, lokasi, suasana toko dan promosi penjualan berpengaruh terhadap minat beli konsumen Maju Bersama Medan Mall.