

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemasaran menjadi kegiatan terpenting di dalam dunia bisnis karena erat kaitannya dengan proses penjualan. Sehingga memiliki pengetahuan mengenai pemasaran menjadi hal terpenting bagi pemilik bisnis untuk menghadapi sebuah permasalahan yang akan dihadapi kedepannya. Permasalahan yang dihadapi biasanya berupa menurunnya pendapatan terkait dengan adanya faktor berupa daya beli konsumen terhadap suatu produk menurun. Disinilah diperlukan adanya strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen yang telah ada agar tidak berpindah ke lain tempat dan berdampak pada bisnis yang terus bertahan.

Didalam proses pemasaran, pemilik bisnis dapat memfokuskan pada titik kepuasan konsumen yang menjadi salah satu kunci didalam mempertahankan sebuah bisnis. Pada zaman sekarang ini perkembangan dunia usaha mengalami kemajuan yang sangat pesat. Setiap perusahaan berusaha untuk menciptakan produk baru ataupun melakukan inovasi terhadap produk yang sudah ada. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian konsumen dengan harapan agar perusahaan dapat menjadi *market leader*. Salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan melakukan strategi pemasaran. Pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Strategi pemasaran merupakan suatu langkah atau tindakan yang direncanakan

oleh produsen sebelum produk dipasarkan ke konsumen. Pemasaran dengan sistem dan aktivitasnya, mampu mengakrabkan konsumen dengan produk dan merek perusahaan yang ditawarkan. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima calon konsumen sehingga calon konsumen membeli produk yang akan dijual. Saat itu pemasaran tidak hanya tertuju pada fungsi produk saja, namun lebih pada persaingan merek

Bisnis ritel di Indonesia dari tahun ke tahun, terus mengalami pertumbuhan sehingga bisnis ritel saat ini sangat mudah di jumpai. Berbagai jenis produk dan jasa dengan harga murah mendominasi pasar Indonesia. Saat ini industri ritel masih menjadi salah satu usaha yang menjadi rantai pasokan yang besar terhadap masyarakat. Hal ini karena bisnis ritel memenuhi sebagian besar kebutuhan masyarakat sehari-hari. Ritel adalah bagian yang sangat penting dalam rantai distribusi barang dan berperan sebagai akhir dari proses distribusi tersebut. Melalui ritel, produk dapat langsung dijangkau oleh konsumen. Kinerja sektor ritel punya kontribusi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Sektor ritel adalah penggerak utama konsumsi rumah tangga yang menyumbang 53,56% produk domestik bruto (PDB) (sumber: DDTC News 2022). Dapat disimpulkan bahwa industri atau bisnis ritel berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia.

Minat beli timbul dari adanya motivasi dari dalam diri untuk membeli suatu produk karena telah mempertimbangkan beberapa hal. Minat beli menurut M. Y. Prawira *et al* (2019) merupakan motivasi konsumen untuk mengonsumsi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Minat pembelian ialah perilaku yang muncul terhadap objek yang berupa respon. Teori tersebut juga sejalan dengan teori

Peburiyanti & Sabran (2022) yang menyatakan bahwa minat beli ialah suatu kegiatan dimana seseorang sudah telah membeli atau pengalaman membeli serta merasakan produk yang sudah dibeli dan kemudian untuk membeli, dari kegiatan tersebut dapat dikatakan bahwa hasil pembelian yang memuaskan pertama bagi konsumen akan memiliki minat pembelian. Minat pembelian menunjukkan keinginan pelanggan untuk membeli di masa yang akan datang, perilaku pembelian kembali sering dikaitkan dengan kepercayaan konsumen Prabowo (2019).

Berhasil tidaknya perusahaan dalam melakukan penjualan tergantung pada usahanya didalam memahami dan menerima kenyataan atas pentingnya peran perilaku konsumen yang beraneka ragam. Pengaruh dari display produk, persepsi harga, kualitas pelayanan dan perilaku *hedonic* sangat berpengaruh terhadap minat konsumen tersebut pada sebuah produknya.

Konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan akan lapar dan haus tetapi juga memenuhi kebutuhan sesuatu yang bisa digunakan dalam menjalankan aktivitas mereka. Oleh karena itu, MR DIY Ring Road City Walk Medan akan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk yang digunakan sehari-hari. MR DIY Ring Road City Walk Medan ini terletak Di Ringroad City Walks, Level 2, Jl. Ring Road No.7, Sunggal, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20122. MR DIY Ring Road City Walk Medan ini menyiapkan berbagai macam produk

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan pada MR DIY Ring Road City Walk Medan Tahun 2022-2023**

SALES RRCW PERIODE 2022					
NO	BULAN	SALES	TARGET	TRAFFIC	ACV
1	Januari	671.155.600	637.000.000	8.482	105%
2	Februari	779.901.500	674.000.000	9.745	115%
3	Maret	876.788.300	768.000.000	9.216	114%
4	April	819.353.500	718.000.000	8.224	114%
5	Mei	1.084.016.300	819.000.000	15.087	132%
6	Juni	1.185.491.400	910.000.000	17.413	130%
7	Juli	1.000.002.237	1.019.000.000	12.596	94%
8	Agustus	980.841.700	1.056.000.000	10.625	92%
9	September	1.012.104.462	1.085.000.000	9.740	87%
10	Oktober	1.211.569.177	1.086.000.000	11.748	107%
11	November	777.623.200	1.115.000.000	9.341	69%
12	Desember	1.027.834.600	1.189.000.000	9.528	86%

Sumber : Data Diolah

SALES RRCW PERIODE 2023					
NO	BULAN	SALES	TARGET	TRAFFIC	ACV
1	Januari	1.228.681.700	986.283.895	13.062	124%
2	Februari	1.052.712.700	1.103.054.383	11.465	95%
3	Maret	1.079.569.600	1.366.701.700	11.532	78%
4	April	1.545.649.000	1.155.536.619	16.418	133%
5	Mei	1.416.937.500	1.393.168.045	15.587	101%
6	Juni	1.385.415.500	1.130.618.060	14.626	122%
7	Juli	1.566.040.300	1.655.047.187	15.768	94%
8	Agustus	1.297.966.700	1.375.817.179	14.136	94%
9	September	1.320.232.000	1.227.092.702	15.141	107%
10	Oktober	1.299.123.600	1.320.224.171	14.735	98%
11	November	1.327.293.600	1.263.872.159	14.655	105%
12	Desember	1.766.914.002	1.625.980.856	20.043	108%

Sumber : Data Diolah

Dari penjelasan tabel diatas dapat diketahui bahwa penjualan produk pada tahun 2022 dan 2023 mengalami fluktuasi karena pada tahun 2022 dampak covid 19

sangat mempengaruhi minat beli konsumen karena dipengaruhi oleh faktor pelemahan ekonomi konsumen yang masih terkena dampak covid 19 dan pada tahun 2023 mengalami peningkatan penjualan karena pihak mall mulai berevolusi dan melakukan pembaharuan yang dapat meningkatkan jumlah konsumen yang berkunjung dan akan mengarah kepada minat beli konsumen.

Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah *display design*, persepsi harga, kualitas pelayanan dan perilaku *hedonic*. Sedangkan Kualitas suatu produk yang telah diberikan oleh produsen harus sesuai dengan jenis produk dan kondisi produsen, karena kekeliruan dengan kesalahan sistem pemasaran yang diberikan kepada customer dapat menurunkan tingkat keputusan pembelian customer, sehingga dapat memberikan pengaruh kepada image yang kurang baik bagi perusahaan yang memberikan peluang kepada persaingan untuk masuk serta dapat membuka kemungkinan pembeli untuk beralih kepada perusahaan asing.

Untuk mengetahui sejauh mana display produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada MR DIY Ring Road City Walk Medan, peneliti melakukan *Prasurvei* secara langsung kepada 30 konsumen yang pernah melakukan pembelian produk pada MR DIY Ring Road City Walk Medan. dengan mengajukan pernyataan secara langsung terhadap responden yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.2 *Prasurvei* Variabel *Display Produk***

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya		Tidak	
	<i>Display Produk</i>	Total	%	Total	%

1	Penataan produk memudahkan saya untuk memperoleh produk yang saya inginkan.	12	40%	18	60%
2	Penataan produk dapat dilihat dengan mudah sehingga memudahkan saya dalam pemilihan produk yang diinginkan	10	33%	20	67%
3	Penataan produk yang menarik membuat saya berbelanja diluar rencana sebelumnya	18	60%	12	40%
4	Saya tertarik dengan penataan produk di MR DIY Ring Road City Walk Medan yang didesain dengan baik	10	33%	20	67%
5	Customer tertarik melihat lay out produk yang tersusun menarik di MR DIY Ring Road City Walk Medan.	13	43%	17	57%
Rata – Rata			42%		58%

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil prasurvei langsung terhadap 30 konsumen yang pernah membeli produk pada MR DIY Ring Road City Walk Medan, dapat disimpulkan bahwa display produk memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap minat beli mereka terhadap produk tersebut. Dari hasil survei, terlihat bahwa lebih banyak responden menjawab tidak setuju dengan display produk yang ada pada MR DIY Ring Road City Walk Medan. Pernyataan pertama 60% tidak setuju, pernyataan kedua 67% tidak setuju, pernyataan ketiga 40% tidak setuju, pernyataan keempat 67% tidak setuju dan yang terakhir 57% tidak setuju.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen adalah persepsi harga. Menurut Nurhadi (2019) harga merupakan nilai tukar rupiah suatu barang dan jasa yang dinyatakan dengan uang. Kotler dan Armstrong (2019) mengatakan bahwa harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk.

Harga dan kualitas pelayanan tersebut akan menciptakan suatu penilaian yang dapat mempengaruhi konsumen untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen.

Apabila konsumen merasa puas dengan apa yang telah didapatkannya, maka besar kemungkinan akan melakukan pembelian ulang dan bahkan akan menyampaikan informasi positif melalui mulut ke mulut kepada kerabat sampai teman-temannya (Yahya Tanjung, 2023).

Berdasarkan lampiran 1 pada Gambar 1.1 menampilkan komentar sebagai berikut :

**Tabel 1.3. Komentar Pada Variabel Harga**

No	Nama Akun	Tanggapan
1	@_ika Sire	Tempatnya luas, lebih besar dibanding Mr. DIY yg ada di Manhattan Mall. Cukup lengkap, barangnya lucu2 dan murah, kasir selalu cek ulang harga sebelum ACC bayar. Tapi sayang jam operasionalnya lama, nunggu sampai jam 11 baru buka
2	@Viki Julia	Harganya terjangkau
3	@mangnda	Maaf min tolong diupdate harga yang tertera di bawah produk yang display sy beli mainan mobil tidak sesuai harganya pas bayar d kasir
4	@sarodi884	Parah DIY, beli jam beker baru sehari dipakai mati,, pas mau klaim garansi malah harganya naik, jadi harus nambah uang kalau mau ditukar barang yang sama
5	@vivi	Beli peralatan kerja suami yang serba jurce
6	@dynawah	Buat kalian yang mau belanja murah, harus bgt ke MR DIY, pasti kalian bakal keracuinin
7	@mariastephan	Minta tolong dong min kalau ada komplain bisa segera di tangani, komplain hari minggu respon hari ini , itupun slow banget
8	@raihan	Always low pricee
9	@azzahra	Saya sama anak kalau kesini seru, semua mau murah dan lengkap. Dari peralatan sekolah sampai perabotan dapur
10	@xyz_nabila	Harganya terjangkau
11	@agusya	Ke 5 kali ini lagi ditore batu bulan sukawati teruntuk anak kos sangat amat membantu dengan banyak pilihan dan pastinya harga yang murah
12	@riseha	Emang murah dibanding yang lain, udah aku bandingin sih kemaren beli teflon lebih murah dibanding t4 lain, yang lain juga kym acseorise sering beli kesana buat anak

Komentar ini menunjukkan bahwa pengguna tersebut puas dengan harga barang dibandingkan dengan MR DIY lainnya. Hal ini menggambarkan bahwa persepsi

harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen. Ketika konsumen membaca ulasan positif tentang produk atau layanan tertentu, hal itu dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk tersebut dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membelinya.

Komentar ini mencerminkan pengalaman positif pengguna setelah membeli produk pada MR DIY Ring Road City Walk Medan. Komentar tersebut menegaskan bahwa meskipun ada ulasan positif, hal tersebut tidak selalu berarti produk tersebut akan sesuai dengan preferensi atau kebutuhan setiap individu.

**Tabel 1.4. Komentar Pada Variabel Harga**

No	Jumlah Responden	Tanggapan
1	3 Orang	Memberikan komentar negative terkait harga yang ada pada MR DIY Ring Road City Walk
2	9 Orang	Memberikan tanggapan positif terkait dengan persepsi harga yang ada pada MR DIY Ring Road City Walk Medan

Berdasarkan Lampiran 1 pada gambar 1.3 menunjukkan komentar dari pengguna Instagram berkkomentar bahwa 3 orang pengguna memberikan komentar negative terkait harga yang ada pada MR DIY Ring Road City Walk Medan dan 7 orang pengguna memberikan tanggapan positif terkait dengan persepsi harga yang ada pada MR DIY Ring Road City Walk Medan.

Selain display produk dan persepsi harga, faktor lain yang mempengaruhi minat beli adalah kualitas pelayanan. Kualitas Pelayanan yang memuaskan dapat menimbulkan perasaan seseorang bahwa seseorang akan membeli lagi. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang atas produk/jasa dan hal ini diharapkan dengan membandingkan keinginan dan kinerja konsumen setelah merasakan produk atau jasa tersebut. (Harfika et al., 2019).



Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen MR DIY Ring Road City Walk Medan, peneliti melakukan *Pra Survey* secara langsung kepada 30 konsumen yang pernah melakukan pembelian produk pada MR DIY Ring Road City Walk Medan. dengan mengajukan pernyataan secara langsung terhadap responden yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Hasil Data *Prasurvei* Mengenai Kualitas Pelayanan**

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya		Tidak	
Kualitas Pelayanan		Total	%	Total	%
1	Karyawan MR DIY Ring Road City Walk Medan memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen.	10	33%	20	67%
2	Fasilitas yang diberikan MR DIY Ring Road City Walk Medan dalam keadaan baik dan bersih.	8	27%	22	73%
3	Pelayanan yang diberikan oleh MR DIY Ring Road City Walk Medan ramah kepada semua konsumen	12	40%	18	60%
4	Staf/pegawai secara pribadi memberikan perhatian dan akrab pada konsumen	11	37%	19	63%
5	MR DIY Ring Road City Walk Medan melakukan penyampaian informasi diberikan dengan jelas	15	50%	15	50%
Rata – Rata			37%		63%

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pra survei langsung terhadap 30 konsumen yang telah membeli produk MR DIY Ring Road City Walk Medan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memainkan peran yang signifikan dalam minat beli mereka. Dari hasil survei, terlihat bahwa 67% lainnya tidak setuju dengan pernyataan pertama, sementara 73% responden lainnya meragukannya untuk pernyataan kedua. Selain itu, 60% lainnya tidak mempertimbangkan dengan pernyataan ketiga. Kemudian

63% responden tidak sependapat dengan hal demikian. Dan yang lebih menarik lagi bahwasannya 50% responden tidak sependapat dengan pernyataan terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian responden merasa bahwa produk ini memenuhi harapan mereka, masih ada keraguan tentang kualitasnya pelayanan. Oleh karena itu, penting bagi produsen untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan mereka guna memenuhi harapan dan kepercayaan konsumen.

Faktor lainnya yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah perilaku hedonik. Fenomena yang sering kali terjadi, banyak sekali orang yang berbelanja tanpa adanya pertimbangan secara matang. Ketika pergi ke tempat berbelanja terkadang mereka hanya membeli barang-barang yang hanya menggoda mata saja yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Setiap orang pasti memiliki kepribadian yang berbeda, karakteristik kepribadian memainkan peran penting dalam berbelanja.

Bagaimana konsumen memandang diri mereka, begitu pula lah mereka akan memilih produk mana yang akan mereka konsumsi. Kepribadian konsumen akan menentukan keterlibatan dalam berbagai hal, seperti display dan kualitas produknya dalam keputusan pembelian suatu produk. Produk yang baik dan sesuai sering kali menjadi tuntutan konsumen. Hal ini juga dapat menyebabkan produsen mengalami berbagai macam persaingan yang begitu luar biasa ketatnya karena keinginan dan tuntutan pembeli yang semakin kompleks.

Dan sebagai makhluk sosial, seorang individu selalu dihadapkan pada berbagai perubahan lingkungan, kebutuhan fashion dikalangan masyarakat saat ini semakin tinggi dan cepat meningkat dengan mengikuti trend saat ini, oleh karena itu

sebagian besar konsumen lebih menyukai produk yang jelas kualitasnya. Kepribadian konsumen yang berbeda akan menimbulkan reaksi yang berbeda terhadap stimulus yang sama dibangun oleh pemasar. Reaksi yang ditimbulkan mengacu pada kepada kekuatan psikologi yang dapat mempengaruhi konsumen untuk meningkatkan konsumsi dimana biasa disebut dengan motif hedonis.

Untuk mengetahui sejauh mana perilaku hedonis berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen MR DIY Ring Road City Walk Medan, peneliti melakukan *Pra Survey* secara langsung kepada 30 konsumen yang pernah melakukan pembelian produk pada MR DIY Ring Road City Walk Medan. dengan mengajukan pernyataan secara langsung terhadap responden yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.6 Hasil Data *Prasurvei* Mengenai Perilaku Hedonik**

No	Pernyataan	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1	Saya tertarik membeli suatu produk ketika penataan produk yang didesain menarik	37% (11)	63% (19)
2	Produk yang disusun berdasarkan jenisnya memudahkan saya dalam membeli	70% (21)	30% (9)
3	Saya senang berbelanja produk dengan fasilitas layanan terbaru di MR DIY Ring Road City Walk Medan	50% (15)	50% (15)
4	Saya memiliki kepuasan tersendiri ketika berbelanja untuk orang lain di MR DIY Ring Road City Walk Medan	40% (12)	60% (18)
5	Saya berbelanja di MR DIY Ring Road City Walk Medan dalam jumlah yang besar khususnya ketika ada promo atau diskon menarik.	33% (10)	67% (20)
Rata – Rata		46%	54%

Sumber : Hasil Kuesioner *Prasurvei* (2024)

Berdasarkan hasil *prasurvei* langsung terhadap 30 konsumen yang telah membeli produk MR DIY Ring Road City Walk Medan, dapat disimpulkan bahwa perilaku hedonik memainkan peran yang signifikan dalam minat beli mereka. Dari hasil *survei*, terlihat bahwa 37% dari total responden menyatakan bahwa mereka

merasa tertarik membeli suatu produk ketika penataan produk yang didesain menarik, sementara 63% lainnya tidak merasakan hal tersebut. Selain itu, sebanyak 70% dari total responden cenderung setuju dengan Produk yang disusun berdasarkan jenisnya memudahkan saya dalam membeli, sementara 30% lainnya tidak mempertimbangkan hal tersebut. Selanjutnya bahwa 50% responden sependapat dengan senang berbelanja produk dengan fasilitas layanan terbaru di MR DIY Ring Road City Walk Medan dan 50% tidak sependapat dengan hal tersebut. Kemudian 40% responden setuju dengan memiliki kepuasan tersendiri ketika berbelanja untuk orang lain di MR DIY Ring Road City Walk Medan dan 60% tidak setuju dengan hal demikian. Dan selanjutnya 33% responden sependapat dengan berbelanja di MR DIY Ring Road City Walk Medan dalam jumlah yang besar khususnya ketika ada promo atau diskon menarik dan 67% tidak menyetujui hal tersebut.

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang dapat berpengaruh pada minat beli konsumen yaitu display produk, persepsi harga, kualitas pelayanan dan perilaku *hedonic*. Display produk yang menarik akan memberikan suasana yang menyenangkan serta memberikan kenyamanan bagi konsumen saat berada didalam toko, karena rasa senang yang didapat konsumen maka diharapkan akan melakukan pembelian di toko tersebut. display produk ini biasanya dilakukan dengan cara mengembangkan penataan produk yang sudah ada menjadi lebih nyaman dan menarik lagi sehingga mampu menunjukkan sisi aesthetic kepada pengunjung toko.

Menurut Kotler (2005) kualitas pelayanan ialah cara perusahaan beroperasi, yang bertujuan untuk terus meningkatkan kualitas proses, produk dan jasa yang

dihasilkan oleh perusahaan (Prabowo, 2019). Teori tersebut didukung oleh penelitian Islamiyah (2020) yang menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan pada minat beli ulang. Penelitian yang dilakukan oleh Prabowo (2019) menunjukkan hal yang berbeda, dimana pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan pada minat beli ulang, hal ini karena karyawan dalam melakukan layanan belum mampu menarik minat beli ulang.

Persepsi harga juga menjadi salah satu faktor yang diperhatikan oleh konsumen selain kualitas pelayanan, karena konsumen juga harus mempertimbangkan persepsi harga saat berbelanja. Semakin sesuai persepsi harga dengan ekspektasi produk yang diterima, maka konsumen merasa puas dan karena itu tertarik untuk membeli kembali.

Oleh karena itu, perlu dianalisis beberapa faktor yang mendasari minat beli konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan, oleh karena itu perusahaan MR DIY Ring Road City Walk Medan harus memiliki strategi untuk dapat meningkatkan penjualan agar dapat bersaing dengan perusahaan retail lainnya. Perilaku konsumen yang berbeda-beda konsumen lebih peka terhadap produk maka perusahaan harus merumuskan strategi pemasaran, karena pemasaran mempunyai dua pokok yang diantaranya adalah pemilihan pasar-pasar yang akan dijadikan sasaran pemasaran, serta merumuskan dan menyusun suatu kombinasi yang tepat dari bauran pemasaran agar kebutuhan konsumen dapat dipenuhi secara memuaskan.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan tersebut sebagai topik penelitian skripsi dengan judul “**Pengaruh *Display Produk*, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Perilaku *Hedonic Shopping* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang tersebut diatas, maka penulis menetapkan identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Persentase variabel display produk konsumen mengidentifikasi 58% terkait penataan produk dan layout produk yang tersusun terhadap Minat Beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan
2. Terdapat komentar negatif terhadap Persaingan Harga antara produk yang di jual menjadi ancaman bagi MR DIY Ring Road City Walk Medan.
3. Persentase variabel kualitas pelayanan konsumen mengidentifikasi 63% terkait memberikan pelayanan,fasilitas yang diberikan,dan memberikan informasi yang terhadap Minat Beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan
4. Persentase variabel *Hedonic Shopping* konsumen mengidentifikasi 54% terkait penataan produk, jenis produk, fasilitas layanan dan promo atau diskon terhadap Minat Beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan penulis diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah display produk berpengaruh secara parsial dan significant terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh secara parsial dan significant terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan?
3. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan significant terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan?
4. Apakah perilaku *hedonic shopping* berpengaruh secara parsial dan significant terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan?
5. Apakah Display Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Perilaku *Hedonic Shopping* berpengaruh secara simultan terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah untuk menganalisis dan mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh display produk secara parsial terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga secara parsial terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh perilaku *hedonic shopping* secara parsial terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan.
5. Untuk mengetahui pengaruh Display Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Perilaku *Hedonic Shopping* secara simultan terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis**

Dapat mengetahui bahwa konsumen jika dalam melakukan pembelian suatu produk dengan keterlibatan tinggi (*high involvement*) akan melalui proses yang cukup panjang dalam melakukan pembeliannya dan dapat mengetahui pelayanan di MR DIY Ring Road City Walk Medan dalam melayani konsumen.

#### **2. Bagi Universitas**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pada ilmu manajemen pemasaran khususnya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan masalah yang sama dalam ilmu manajemen.

#### **3. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam upaya pemecahan permasalahan yang ada di perusahaan mengenai pengaruh Display Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Perilaku *Hedonic*



*Shopping* terhadap minat beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk  
Medan.