

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia perdagangan saat ini , minimarket bukan lagi merupakan istilah asing bagi masyarakat umum, terutama yang tinggal dikota-kota besar. Minimarket merupakan perantara pemasar antara produsen dan konsumen akhir dimana aktivitasnya adalah melaksanakan penjualan eceran. Menurut Hendri Ma'ruf (2005). Mendefinisikan minimarket adalah toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengguguli toko atau warung. Selain itu minimarket juga menawarkan kenyamanan belanja, kemudahan belanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik, dan dapat berbelanja pada satu tempat saja sehingga akan menghemat waktu dan tenaga Harmazair (2006). Jadi definisi minimarket adalah sebuah pasar yang kecil, atau diperjelas menjadi sebuah tempat yang kecil tapi menjual barang-barang bervariasi dan lengkap seperti didalam pasar seperti halnya citra mart.

Citra Mart merupakan sebuah minimarket yang didirikan oleh koperasi KPRI Bina Citra Husada pada tanggal 15 September 2015. Citra mart yang beralamatkan di JL Dr.Sutomo No 16 Semarang yang lebih tepatnya berada di lingkungan RSUP Dr.Kariadi. Sebagian besar konsumen atau pembelidi citra mart adalah para tenaga medis yaitu dokter,

Coas, Residen, perawat, karyawan dan non medis seperti para pengunjung rumah sakit.

Citra mart yang berada di ruang lingkup RSUP Dr.Kariadi menjual berbagai macam kebutuhan konsumen seperti makanan, minuman, alat tulis, dan kebutuhan sehari-hari, dengan adanya citra mart konsumen yang berada di area rumah sakit tidak harus keluar untuk membeli kebutuhan yang mereka butuhkan. Untuk mengetahui data penjualan dan jumlah customer pada Citra Mart selama satu tahun dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Citra Mart**  
**Bulan Agustus 2017- Agustus 2018**

No	Tahun 2017-2018	Data Penjualan per bulan(RP)	Presentasekenaikan/ Penurunan penjualan
1	Agustus 2017	Rp.105.187.564	
2	September 2017	Rp.87.593.404	-20%
3	Oktober 2017	Rp.100.962.164	+13%
4	November 2017	Rp.85.971.800	-17%
5	Desember 2017	Rp.68.227.800	-26%
6	Januari 2018	Rp.72.053700	+5%
7	Febuari 2018	Rp.134.613.400	+46%
8	Maret 2018	Rp.93.719.000	-44%
9	April 2018	Rp.95.979.520	+2%

10	Mei 2018	Rp.66.077.700	-45%
11	Juni 2018	Rp.42.240.300	-56%
12	Juli 2018	Rp.80.420.900	+47%
13	Agustus 2018	Rp.65.124.992	-23%

Sumber: Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang.

Dari tabel diatas dapat mengetahui bahwa data penjualan Citra Mart dalam setiap bulanya mengalami naik turun. Dan berikut kita bisa melihat dari tabel 1.2 yang menjelaskan jumlah customer pada Citra Mart dalam satu tahun

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Customer Citra Mart**  
**Bulan Agustus 2017-Agustus 2018**

No	Tahun 2017-2018	Jumlah Customer	Perubahan	Presentase
1	Agustus 2017	2708		
2	September 2017	2854	146	5,1%
3	Oktober 2017	2747	-107	-3,9%
4	November 2017	1504	-1243	-82,64%
5	Desember 2017	1556	52	3.3%
6	Januari 2018	2808	1252	44,58%
7	Febuari 2018	1036	-1772	-171.0%
8	Maret 2018	2215	1179	53,22%
9	April 2018	2570	355	-13,81%
10	Mei 2018	1550	-1020	-65,80%

11	Juni 2018	810	-740	-8,6%
12	Juli 2018	2287	1477	64,58%
13	Agustus 2018	1958	-329	-16,80%

Sumber: Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang.

Dari data pada tabel penjualan dan tabel jumlah customer diatas dapat dilihat bahwa jumlah data penjualan dan jumlah customer Citra Mart pada setiap bulanya mengalami naik turun. Naik turunnya pendapatan dan jumlah customer bisa dipengaruhi oleh bagaimana konsumen dalam mengambil keputusan pembelian barang.

Keputusan konsumen dalam pembelian barang di citra mart salah satunya di pengaruhi oleh gaya hidup (life style). Gaya hidup menurut Kotler (2002) adalah pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang mereka lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang mereka pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar. Setiap orang memiliki gaya hidup yang berbeda, kemudian gaya hidup ini akan mempengaruhi budaya konsumsi dan juga barang-barang yang biasa mereka konsumsi. Seperti gaya hidup konsumen dilingkungan rumah sakit RSUP Dr.Kariadi. Dimana gaya hidup konsumen ini bisa mempengaruhi keputusan pembelian barang. Contohnya gaya hidup Tenaga Medis dengan Pengunjung pasien rumah sakit,gaya hidup tenaga medis bisa disimpulkan

jika berbelanja tidak mempermasalahkan harga yang di terapkan di citra mart sedangkan gaya hidup pengunjung pasien jika membeli barang mereka lebih fokus pada harga barang yang akan di beli.

Selain itu keputusan pembelian di citra mart di duga dapat dipengaruhi oleh sikap gender. Dimana sikap gender menjadi karakteristik demografis yang sangat perlu untuk dibicarakan karena terbukti bahwa laki- laki dan perempuan memproses informasi secara berbeda (Peter & Olson,1999), membeli barang yang berbeda dan untuk alasan yang berbeda memiliki perbedaan pengaruh pada keputusan pembelian (Crawford et.al, 1992; Ditmar et. Al 1995; 1996). Perbedaan gender antara laki-laki dan perempuan dalam pembelian pada hakikatnya berbeda, perempuan dalam hal berbelanja kebutuhan sehari- hari lebih banyak di bandingkan laki-laki. Dikarenakan kebutuhan laki-laki rata-rata dilimpahkan kepada perempuan.

Berdasarkan penjelasan yang terjadi diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang?
2. Apakah sikap gender berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang?
3. Apakah gaya hidup dan sikap gender berpengaruh pada keputusan pembelian di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan membuktikan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang.
2. Menganalisis pengaruh sikap gander terhadap keputusan pembelian konsumen di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang

3. Menganalisis pengaruh gaya hidup dan sikap gander terhadap keputusan pembelian di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Pihak Perusahaan atau Pengelola**

Manfaat penelitian bagi pengelola wewanang Citra Mart KPRI Bina Citra Husada diharapkan dapat membantu dalam menentukan langkah langkah segmentasi pasar yang berorientasi terhadap keputusan pembelian dalam upaya peningkatan volume pembelian.

##### **2. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian dibidang pemasaran.

##### **3. Bagi Peneliti Lain**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian khususnya yang berorientasi pada keputusan pembelian.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang diuraikan sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab pertama yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJUAN PUSTAKA**

Bab kedua berisikan tentang landasan teori yang merupakan penjabaran definisi gaya hidup dan sikap gander terhadap keputusan pembelian konsumen serta teori-teori lain yang mendukung dalam penelitian. Selain itu bab berisi penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran teoritis.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ketiga berisikan tentang metodologi penelitian yang membahas tentang variabel penelitian, defisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metodologi analisis yang digunakan.

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan pada bagian ini diuraikan objek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

**BAB V: PENUTUP**

Sebagai bab terakhir, bab ini menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan juga memuat saran-saran bagi pihak yang berkepentingan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut.

