

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK DI POLIMART  
POLITEKNIK NEGERI MANADO**

**TUGAS AKHIR**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
2024**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BIOGRAFI.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	4
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	6
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	6
2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan .....	7
2.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	9
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>15</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	15
3.2 Jenis dan Metode Penelitian .....	15
3.2.1 Jenis Penelitian.....	15
3.2.2 Metode Penelitian.....	15
3.3 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data .....	15
3.3.1 Jenis Data .....	15
3.3.2 Populasi dan Sampel .....	16
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	17
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>18</b>

4.1	Gambaran Umum Polimart.....	18
4.1.1	Logo Polimart.....	18
4.1.2	Sejarah Polimart.....	18
4.1.3	Visi dan Misi.....	19
4.1.3.1	Visi.....	19
4.1.3.2	Misi.....	19
4.1.4	Struktur Organisasi.....	19
4.1.5	Uraian Kerja.....	20
4.2	Hasil Penelitian.....	21
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	21
4.2.2	Faktor Yang Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian di Polimart Politeknik Negeri Manado.....	44
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>46</b>
5.1	Kesimpulan.....	46
5.2	Saran.....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>48</b>
<b>LAMPIRAN</b>		



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis dan perdagangan semakin ketat sehingga mendorong bermunculan perusahaan-perusahaan baru di bidang barang maupun jasa. Perusahaan besar maupun kecil saling berpacu untuk merebut tempat pemasaran dengan berbagai macam cara dan usaha agar perusahaan dapat menjual produk sebanyak-banyaknya kepada para konsumen yang membutuhkan. Pertumbuhan ekonomi dan kemajuan ilmu pengetahuan teknologi khususnya dalam dunia usaha dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Dimana selera konsumen dan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar turut adu di dalamnya.

Ritel berasal dari bahasa Perancis yaitu *retailier* yang berarti memecahkan sesuatu. Secara harfiah, kata ritel juga berarti toko atau usaha eceran. Pada saat ini di Indonesia atau di Sulawesi Utara terdapat ritel dengan beragam bentuk dan jenisnya seperti ritel modern yaitu jumbo, freshmart, golden, alfamidi, indomaret, alfamart, dan masih banyak lagi. Bentuk-bentuk ritel ini berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan gaya hidup. Begitu juga dengan Polimart Politeknik Negeri Manado adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang ritel, dalam bentuk usaha ritel Polimart juga sering disebut dengan minimarket.

Dikarenakan ritel semakin banyak maka semakin banyak persaingan yang ada. Oleh karena itu setiap bisnis ritel perlu berbagai cara agar menarik perhatian konsumen untuk membeli atau menggunakan produk tersebut. Menurut Christina W. Utami (2004), Ritel merupakan semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan

barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan untuk penggunaan bisnis. Banyaknya pusat berbelanja membuat konsumen akan lebih selektif dalam mengeluarkan uangnya untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Kemudian tidak dapat dipungkiri bahwa konsumen mudah berpaling dari tempat belanja satu ke tempat belanja yang lainnya. Hal tersebut dikarenakan adanya faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan membeli.

Keputusan Pembelian Menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Oleh karena itu pemasar perlu mengetahui apa yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Proses pertimbangan dan pemilihan dari berbagai alternative sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan.

Keputusan pembelian didefinisikan sebagai suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan pembelian. Menurut Kotler, (2005), Keputusan pembelian merupakan proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan hingga perilaku setelah

pembelian. Keputusan pembelian menjadi faktor yang sangat penting dalam menentu eksistensi suatu perusahaan. Terdapat dua faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong, (2012) menyatakan bahwa ketika konsumen terdorong membeli atau memenuhi keinginan atau kebutuhannya yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang timbul dari dalam diri konsumen seperti motivasi atau kepribadian sedangkan faktor eksternal adalah informasi bagi konsumen yang dilakukan perusahaan seperti produk, harga, lokasi, pelayanan, dan promosi.

Mengingat pentingnya keputusan pembelian pada bisnis ritel maka peneliti akan melakukan penelitian pada Polimart Politeknik Negeri Manado. Polimart Politeknik Negeri Manado merupakan usaha yang bergerak dibidang ritel, yang berlokasi di tengah kampus Politeknik Negeri Manado. Polimart Politeknik Negeri Manado berdiri pada tanggal 20 Januari tahun 2021, Polimart menyediakan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dan masyarakat. Produk yang ditawarkan mulai dari pakaian, alat tulis menulis, makanan ringan, minuman, peralatan tubuh, peralatan rumah dan kebutuhan sehari-hari lainnya.

Polimart Politeknik Negeri Manado mempunyai kekurangan yaitu kebutuhan atau peralatan mahasiswa yang masih belum lengkap, dan polimart juga masih kurang dalam melakukan promosi di media sosial. Pengambilan keputusan di Polimart Politeknik Negeri Manado di pengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Hal tersebut yang menjadi latar belakang dilakukannya tentang penelitian tentang “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Membeli Produk Di Polimart Politeknik Negeri Manado.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diambil masalah-masalah yang berkaitan dengan keputusan pembelian yaitu:

1. Produk di Polimart belum lengkap
2. Peralatan untuk mahasiswa masih kurang
3. Promosi polimart di media sosial yang masih sangat kurang

## 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulis mengangkat permasalahan yang paling mendasar yaitu

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi keputusan pembelian di Polimart Politeknik Negeri Manado?
2. Faktor apa yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian?

## 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam keputusan pembelian

### 1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan bagi perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Bagi Pihak Akademik

Hasil tersebut bisa dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengembangan lebih lanjut ataupun bisa menjadi bahan bacaan bagi yang membutuhkan sehingga

dapat menambah pengetahuan.

### 3. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan penulis berharap dapat memberikan bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya dan menjadi bahan referensi bagi peneliti sejenisnya.

